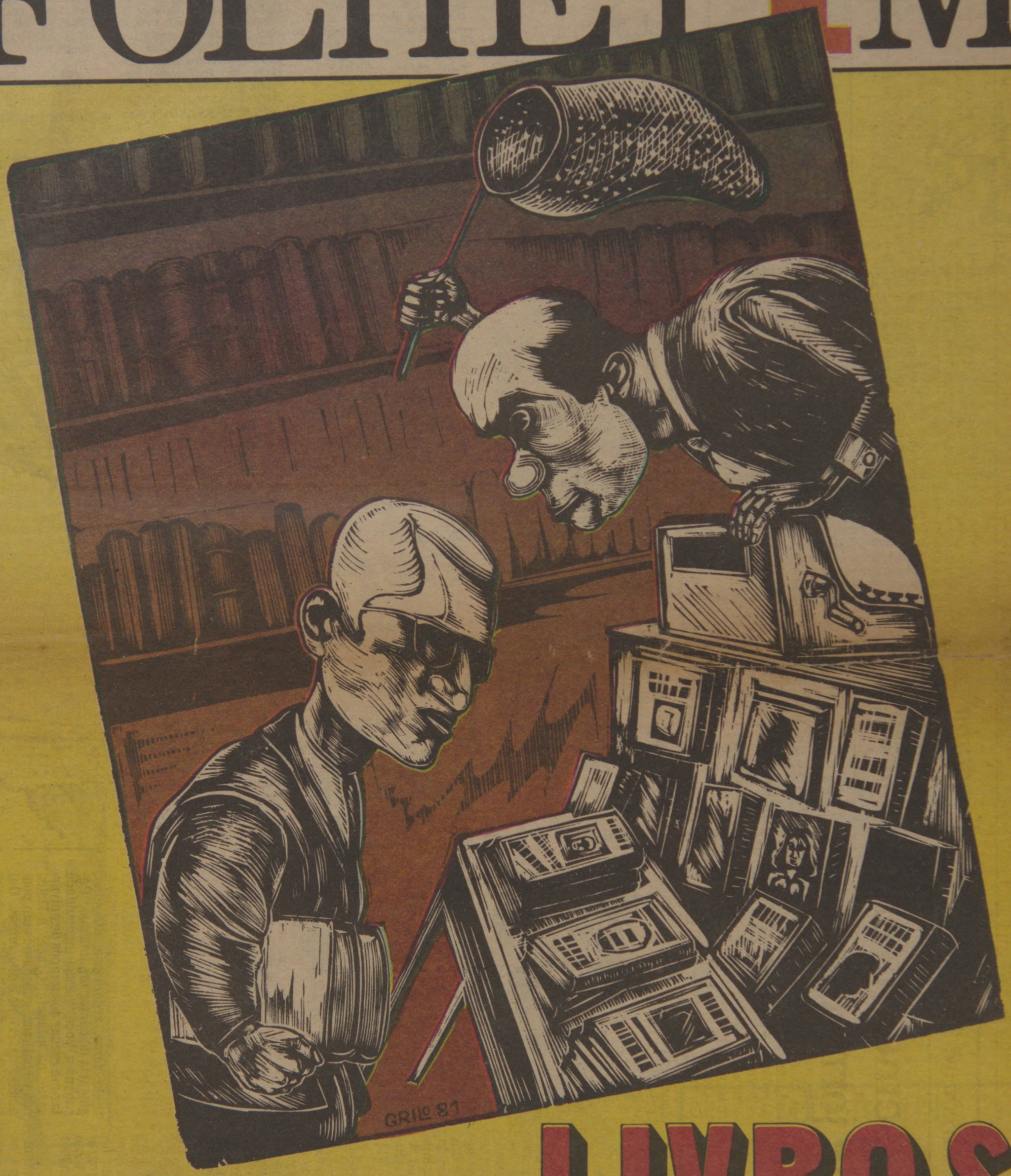
São Paulo, domingo, 22 de fevereiro de 1981 n.º 214

FOLHETIM



LIVROS

A CRISE PASSADA A LIMPO

Arte: Angeli

CMP 1.2.2.152

Livros, afinal qual é a crise?

No início deste ano, na avalanche de crises que espocam nesta terra, começou a se falar das agruras enfrentadas pelo setor editorial. Muitas dessas queixas, evidentemente, não são recentes. Há os que reclamam do preço do papel, que dificulta a produção das nossas editoras, enquanto outros apontam o aspecto de distribuição como o mais agudo problema. E navegando por todas essas razões que explicariam a existência de uma crise do livro, está o velho refrão de que o brasileiro é um povo que não lê. Refrão que tem algumas explicações óbvias quando se observam os níveis que atinge o analfabetismo no País, incluindo nesse contingente aqueles que passam por nossas instituições educacionais (?). Mas há, por certo, atrás desse refrão, um mito a ser questionado. São pontos como este, mais do que a própria crise que se ensaia, pelo menos nos noticiários, que interessam neste debate que o Folhetim promove sobre o problema do livro no Brasil. Um debate amplo, que começa na questão meramente cultural até atingir pontos de análise ao nível das empresas editoras brasileiras, muitas delas queixosas do que chamam "intromissão indébita" do Estado no setor, lamentando ainda a entrada sem nenhum controle do capital estrangeiro. Fala-se ainda na pouca divulgação que o livro merece dos órgãos de informação, excetuando-se aí os poucos jornais e revistas que dão uma atenção mínima ao assunto. A propósito, surge em São Paulo (desde ontem e, daqui pra frente, todos os sábados, das 14h15 às 15 horas um programa de rádio (Rádio Gazeta AM) lançado por dois rapazes, Claudiney Ferreira e Jorge Vasconcellos, dedicado só à informação, debate e crítica de livros. Vale falar a respeito (o programa chama-se "Certas Palavras"), na medida em que se trata de uma iniciativa muito rara no setor. E uma iniciativa, vale dizer, que nasce simplesmente da coragem e do entusiasmo dos seus produtores. Quem sabe "Certas Palavras" possa inspirar outros trabalhos semelhantes, capazes de aproveitar o rádio e a televisão nesta tarefa de colocar o livro em contato mais direto e frequente com a massa potencial de leitores que se espalham por aí, sem acesso, já não digo ao livro, mas no mínimo de informação a respeito. Talvez assim esses discursos e polêmicas sobre o Livro em crise possam se esvaziar ou, ao menos, passarem a ser objeto da atenção de outras pessoas, que não sejam intelectuais, livreiros, editores ou autores.

O.M.

FOLHETIM

Editor
OSWALDO MENDES

Redator *Jaime Klintowitz*

Comissão Editorial *Rogério C. de Cerqueira Leite*
Joelmir Beting
José A. Guilhon Albuquerque

Editor responsável
BORIS CASOY

Cartas

Em terra de cego...

Provérbios são feitos sabidamente pelos filósofos e usados largamente pelo povo. Todo o fato ou acontecimento tem um provérbio que se enquadra perfeitamente com seu conteúdo, mas nenhum se encaixa tão bem como no caso do povo brasileiro e do ministro Golbery do Couto e Silva do que "Na terra de cego, quem tem um olho é rei". Um rei sem trono, que não reina mas governa. REINALDO F. BEINOTTI (*Araras, SP*).

Carnaval, a festa da carne

A popular e tradicional festa da carne chegou! Em certos países europeus essa festa era comemorada com grande alegria e o pessoal se deliciava em comer carne, porque depois vem a quaresma e, então, abstinência de carne. A festa era um divertimento, repleta de alegria. Hoje, o cigarro, a bebida alcoólica são consumidos em dobro, o sexo se faz presente livremente. Depois vem a desilusão. Os necrotérios estão cheios de cadáveres, os hospitais de acidentados, as clínicas de aborto de mocinhas que pelo prazer entregaram seus corpos a quem quisesse. As famílias passam necessidades, pois falta dinheiro, gasto no Carnaval. Analisando tudo isso é que concluo que o Carnaval é a festa da carne humana, e tudo isso é promovido e incentivado pelos nossos governantes porque dá lucro para o Estado! DONIZETE APARECIDO BARBOSA (*São Joaquim da Barra, SP*).

O circo e o escravo

Isso de misturar o esporte com política vem de longe. (E a arena sempre metida nisso...) Eu me envaideço de jamais ter visto jogar (ao vivo) a tal de "seleção brasileira", o "Brasil em campo". Sempre chamei nosso (?) time de "seleção da CBD" ou, agora, de "seleção da CBF". Acho que os jogadores — quase todos — são uns palermas. Sem eles, não haveria futebol, nem cartolagem, nem politicagem no futebol. Eles que fizessem uma boa duma greve geral, que só terminaria com a sua libertação, isto é, com o fim da "lei do passe" e outras mumunhas. Até lá, são escravos. E escravos não chiam. CARLITOS MAIA (São Paulo, SP).

Maravilha de futebol

Brilhante o Folhetim sobre nosso futebol. LUIZ CARLOS DE SOUZA (*Jandira, SP*).

A hipnose do povo

Futebol? Para quem não sabe, ele tem uma grande utilidade, a de fazer com que o povo se esqueça dos problemas que estão ao seu redor. Na verdade, essa doença é causada pelo próprio povo que, hipnotizado, não perceberá o estalo de dedos. ANGELO DINEI (*Osasco, SP*).

O imigrante agredido

Imigrantes foram aqueles que saíram de suas aldeias, dos seus paesi, com uns poucos trapos em uma sacola, família numerosa, bons braços e muita esperança, para virem para cá encontrar o campo despreparado. Tiveram que fazer tudo — a cama, a mesa, o fogão. Forçados por grave crise econômica, eles enfrentaram o desconforto. Foi como vieram meus avós maternos, em cujo passaporte o síndico de Treviso escreveu a advertência: "Não poderão recorrer as autoridades consulares para a repatriação gratuita no caso de chegados ao seu destino virem-se desiludidos nas suas esperanças." Esse passaporte eu doei ao Museu Municipal da cidade de Franca. A verdadeira história da imigração não foi escrita e não é muito louvável para a América, que recebeu os imigrantes com esquemas não muito diferentes da escravidão. CESAR FERRARI (*São Paulo, Capital*).

Em anexo, envio...

Senhores redatores e Comissão Editorial do Folhetim escrevi um artigo — "Aquele papinho informal" — e mando a vocês pedindo que seja publicado neste suplemento, se for possível, é claro. Aliás, gostaria de saber como funciona a escolha de artigos para a publicação. RENATA CARVALHO (*Jundiaí, SP*).

N de R — O projeto editorial deste suplemento não prevê a publicação de colaborações não solicitadas pela redação. O *Folhetim* trabalha em função de uma pauta fixa, monotemática. Contudo, a seção "Cartas" está aberta à contribuição do leitor.

Passando dos limites

Na iniciativa válida de combater a criminalidade a polícia desta cidade está ultrapassando a finalidade desse objetivo, e, lamentavelmente, descambando para a repressão. Muitos cidadãos são presos e agredidos arbitrariamente sem nenhuma base jurídica. Entre eles, vários estudantes e trabalhadores que, sem a menor chance de justificativa, são jogados nas celas ao lado de marginais. A violação dos direitos humanos corre solta. HAMILTON BORGES (*Itapetininga, SP*).

Discurso, procura-se

Eu queria ter o discurso que o gênio Charles Chaplin faz no filme "O Grande Ditador". Peço aos leitores do Folhetim que me mandem uma cópia, porque esse discurso é uma coisa linda. ALMIR FERREIRA DE SOUZA (*rua Dom Francisco de Souza, 539, Vila Santa Cecília, Brás Cubas, Moji das Cruzes, SP*).

Vende-se Folhetim

Sensacionais as reportagens do Folhetim e aplausos para os cartuns do Glauco. Ele expõe de maneira clara, sucinta e inteligente o que melhor satiriza os fatos decorrentes de uma pseudodemocracia. Aproveitando, gostaria de comunicar aos "folhetianos" (colecionadores) que tenho em disponibilidade os Folhetim n.ºs 1 a 29, 31 a 48, 50 a 71, 73 a 86, 88 a 124, 126 a 140 e 142. Os interessados devem apresentar sua proposta por carta: rua Vicente de Carvalho, 993, CEP 19.800. GERALDO LUIZ LEME (*Assis, SP*).

Violência denunciada

Quero denunciar uma violência que aconteceu comigo. No dia 17 de fevereiro saí do serviço, às 14 horas, e fui até a rua Direita, na Lojas Americanas, para comprar uma bolsa de plástico para minha sobrinha. Ao entrar na loja comecei a ser seguido por dois seguranças da loja. Então, perguntei a um deles por que estava me perseguindo. Foi o suficiente para que ele começasse a me chutar as pernas e dizer que eu tinha cara de malandro e que teria que sair da loja. Irritado, comecei a gritar que só saía depois de fazer a compra. Então, surgiram diversos agentes de segurança da loja e me jogaram na rua, humilhado e de cabeça baixa. Pensei em ir à polícia denunciar o fato, mas fiquei com medo da violência policial. Como pode um cidadão se defender? É preciso ser violento também, para não ser violentado? LEONEL NOVAES DE SÁ (*São Paulo, Capital*).

Toda correspondência deve ser endereçada a: Folha de S. Paulo — FOLHETIM — Alameda Barão de Limeira, 425 — São Paulo, Capital — CEP 01202

CMP 1.2.2.153-2

Crise nas editoras

Ou será apenas incompetência ?

MARTA ALVES

Apesar da justificativa ou "acusação bastante comum", parece que não é o preço do livro, a principal causa para que as edições encalhem e os editores, autores e livreiros deixem de receber a remuneração que lhes cabe, mas os esquemas de comercialização e distribuição, junto com a imperfeita operação do canal de venda natural, a livraria, que ainda não tem o livro como um produto de consumo como outro qualquer.

A livraria, tradicional distribuidor do livro, não desenvolveu, salvo raras exceções, formas que lhe garantam a proximidade com o leitor, além do pequeno número delas existentes — em torno de 600 em todo o País.

"A tragédia do livro brasileiro está nas falhas do canal livraria, pois obras editadas em São Paulo podem não chegar nunca ao Rio de Janeiro e vice-versa", diz escandalizado Pierluigi Bracco, diretor da editora Edibolso, do Grupo Abril.

"Em termos de circulação — garante ele — o livro aqui, vive ainda a idade das províncias. As livrarias são administradas como pequenas empresas privadas, fazendo do seu acervo com base na cultura pessoal do seu proprietário. Não nego a existência de grandes e tradicionais livreiros, mas apenas isso não basta e eles já estão desaparecendo. Os supermercados atendem melhor."

POBREZA LIVRESCA

Menos contundente, Jacó Guinsburg, diretor superintendente da Editora Perspectiva, concorda em que "o pessoal que trabalha em livraria não conhece o produto que vende, são pobres de informação e, inclusive, de remuneração, constituindo-se um quadro bastante instável. E quanto a isso o editor nada pode fazer, pois a não ser as editoras didáticas, que realizam as vendas paralelas, diretamente nas escolas, as demais não têm como concorrer com o livreiro, que é o vendedor do produto".

Isso faz com que as editoras vivam engasgadas com os seus estoques, apesar das pequenas tiragens de em média 3 mil exemplares por título, que em vez de serem vendidas em 4 ou 5 meses, levam até dois anos para serem comercializadas. Tal situação permanece mesmo com a reconhecida potencialidade do mercado, que oferece perspectivas positivas e a real saúde financeira de algumas editoras, mais o acréscimo do número de leitores, que entretanto não são mobilizados para um consumo mais eficaz.

Para Jacó Guinsburg, "mesmo esse positivismo quanto ao mercado em potencial, muitas vezes os editores, que não são apenas mercadores, sentem dificuldade para definir os critérios de mercado nos lançamentos de títulos, pois há sempre a predominância de interesses de grupos, e nenhuma editora consegue fazer pesquisa científica para aquilatar as necessidades desse mercado. Então, as decisões são tomadas com base em pesquisas de oitiva, sendo inviável aos pequenos editores a criação de departamentos e o acesso a técnicas necessárias para os seus lançamentos".

ONDE O NÓ AUMENTA

Vencidos os degraus da edição, o editor vê-se frente ao problema da distribuição, para o qual também não dispõe de meios próprios, em raros casos, sendo obrigado a recorrer a distribuidores.

Quando realiza a venda direta, a sua margem de abatimento sobre o preço de capa para o revendedor é da ordem de 35 a 45%, dependendo do volume e do contrato feito, mas as distribuidoras, que em tese entregariam o produto mais rapidamente, chegam a cobrar, às vezes, até 65% sobre o preço da capa, atolando de vez o editor, pois este já assumiu até a edição todos os compromissos com autor e mão-de-obra, e só tem retorno desse investimento, cerca de 90 a 120 dias depois, e parcialmente.

"A entrega para distribuição a terceiros é uma solução imediata — diz Jacó Guinsburg —, mas é ao mesmo tempo um nó, pois quando se dá exclusividade de distribuição, por exemplo, fica-se praticamente na mão do distribuidor, que pode fazer a venda quando bem entender."

Para ele, a melhor opção é ainda venda direta à livraria ou sob pedido ao consumidor, utilizando-se a consignação apenas em casos de absoluta garantia e conhecimento do revendedor.

OS CANAIS POSSÍVEIS

Mas nem só de livraria vive o livro, ou melhor, ele pode chegar ao leitor por outros caminhos. Nos últimos dez anos novos acessos foram desenvolvidos e, também no Brasil, eles já ocupam um espaço considerável. Além da distribuição direta ou através de terceiros, o editor pode utilizar, além do canal tradicional, outros pontos de venda, como bancas de jornais, supermercados, farmácias e a mala direta, que hoje serve não apenas ao mercado editorial, mas a inúmeros outros produtos.

A venda pelo reembolso postal tem na Editora Tecnoprint o seu principal distribuidor, enquanto outras formas, como bancas e supermercados, são utilizadas já por editoras tradicionais, como a Difel e Record, com grande predominância da Editora Abril, que possivelmente detém o maior número de títulos.

"Tradicionalmente é a livraria que deve vender o livro, mas a comercialização, hoje, pode se dar por diversos acessos ou canais. É um erro olhar o negócio do livro apenas enquanto livraria, pois existem títulos que se tornam grandes sucessos sem nunca terem chegado à livraria" — comenta Roger Karman, vice-presidente da Abril S.A. Cultural e Industrial.

Ele também não concorda com a afirmativa de que o preço do livro afasta o leitor, pois "o brasileiro em condições de consumir alguma coisa, lê". Além do mais, Roger Karman reclama que "isso nunca foi provado, não há nenhum estudo concreto mostrando isso. É sabido que não temos estatísticas sobre o volume de livros ou número de leitores porque não há pesquisa sobre o livro no Brasil. Seja como for, a minha impressão é de que o livro brasileiro não é mais caro do que o de outros países".

Para Roger Karman o termo de comparação não pode ser feito em relação ao salário mínimo, pois o livro seria evidentemente caro, mas com o valor de uma entrada de cinema, por exemplo. "A livraria no Brasil, como em qualquer outro lugar, passa por um processo de mutação, sendo um canal de grande potencial. Vê-se, também, livros em supermercados ou grandes lojas, que se tornam verdadeiros supermercados do produto cultural."

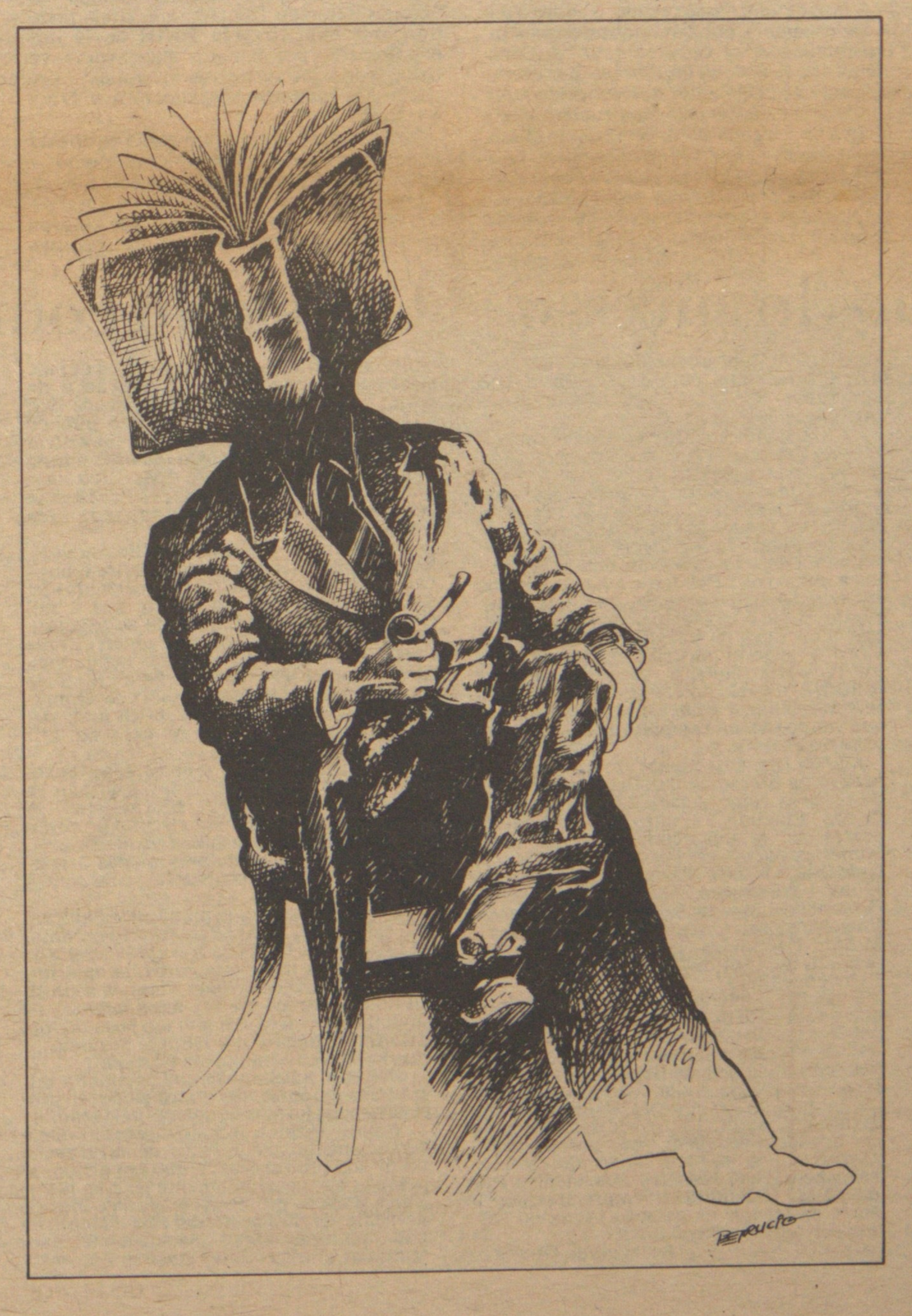
Um fenômeno brasileiro, lembrado por Roger Karman, é o fascículo, "um livro entregue ao leitor aos pedaços e que depois é recomposto pelo consumidor". A vantagem do fascículo é ser vendido em banca, ter tiragens em grande escala e preço baixo. "O que se quer — enfatiza Roger Karman — é que as pessoas leiam boa leitura."

SOLUÇÕES E PROBLEMAS

Sobre uma possível predominância da Abril em outros canais de distribuição de livros, como bancas, supermercados, reembolso postal, Jacó Guinsburg comenta:

"A Abril pode deter o monopólio enquanto este não é contestado. Outros não entram porque não têm meios nem organização. A Abril até pode consignar com o homem da banca. Outros poderiam fazê-lo também, e qualquer um faria. O mal é que há uma tendência de ver um maquiavelismo econômico onde existe apenas sucesso de comercialização. Não que a Abril não queira controlar, mas quem não gostaria?

Como solução para os problemas de comercialização dos pequenos editores, Jacó sugere uma associação ou sistemas de cooperativas entre livreiros e editores, para que pudessem ser feitas campanhas de vendas e usados os meios à disposição para se chegar ao público, como a criação de centros de estudos em bairros onde as pessoas fiquem sabendo o que tem o livreiro que os atende, ou promoções do tipo leve 5 e pague 4 etc.



Opinião do distribuidor: "o brasileiro não lê mesmo"

Manuel Augusto Pires da Cruz, diretor da distribuidora Catavento, que opera há 30 anos no setor da comercialização de livros, afirma que o principal problema que enfrentam é o do aumento dos custos operacionais. "Os custos do transporte, das comunicações, das tarifas de correio, cresceram enormemente em relação ao custo do livro. Como exemplo, cito as despesas de reembolso postal. Embora o livro goze de tarifa especial, as despesas do porte são relativas ao peso e não ao preço e muitas vezes sai mais caro o envio do que o próprio livro."

Para Manuel Augusto, a solução é uma racionalização cada vez maior por parte das empresas. Observa, entretanto, que o problema da comercialização do livro está muito mais ligado a causas institucionais, de toda a sociedade do que à falta de eficiência ou de modernas técnicas de vendas por parte das empresas do setor. "A lastimável verdade é que o brasileiro lê pouco. Se fizermos uma comparação entre 1960 e 1980, constataremos que nossa população praticamente dobrou em 20 anos e que os índices de escolaridade também aumentaram bastante. Mas, proporcionalmente, o consumo de livros cresceu muito pouco."

Manuel Augusto diz que não existe nada que já não tenham empregado para divulgar o livro. A edição de livros de bolso foi uma das formas tentadas sem muito sucesso. "Não sabemos por que o público brasileiro não se mostrou receptivo às edições de bolso nacionais. A Globo (cujos livros a Catavento distribui) criou há muitos anos a série Tucano e depois a série Catavento, que vendiam pouco e foram suspensas."

Para Manuel Augusto, se existem poucas livrarias no País, a culpa não é dos livreiros. "Se o livro vendesse bem, elas surgiriam em toda parte como os fliperamas. Existem cidades no interior de São Paulo, como São Carlos, de tamanho razoável e sede de várias universidades, que não tem uma única livraria, mas só uma papelaria que também vende livros." (M.C. da Cunha)

Para Sena Madureira, da Nova Fronteira, a consciência crítica não está nos planos do governo

"Formar um público leitor é uma questão política"

MARIA ROSA PECORELLI

"Estou cansado de ouvir análises técnicas sobre o problema de leitura no Brasil. Para mim, antes de ser uma consequência do analfabetismo, da falta de poder aquisitivo ou da competição com o cinema e a tevê, a deficiência de formação de nosso público leitor é uma questão política. Até que ponto se faz aqui uma alfabetização que possa ser considerada legítima? Até que ponto o ensino e a leitura, como dados essenciais à formação de consciência crítica, são a preocupação primeira dos órgão públicos?"

Entre irônico e revoltado, Pedro Paulo Sena Madureira, um dos diretores da Editora Nova Fronteira, afirma ainda, que num país como o Brasil não há interesse na criação e um hábito de leitura em massa, principalmente no que se refere às obras que "realmente contribuam para uma reflexão". Em sua opinião, dentro desta filosofia, "qualquer bom livro é incômodo, e cada regime consegue neutralizar o problema a sua maneira, mesmo sem precisar usar a censura grossa".

Sérgio Lacerda, que assumiu a presidência da Editora após a morte do pai, Carlos Lacerda (malo de 77), faz questão de lembrar que o movimento editorial, por estar ligado, de um lado, ao mercado (o leitor) e do outro, à produção, se vê afetado nas duas pontas. A recessão atinge gregos e troianos, sem perdoar o já estreito canal de distribuição: o livreiro, esta figura em extinção.

EM BUSCA DE UMA PERSONALIDADE

Apesar do panorama de crise, a Nova Fronteira parece estar entre as poucas editoras brasileiras que mantêm uma média de 13 títulos mensais, sendo a maior parte novos ("sete, no mínimo"), fora as reedições. Em geral, segundo afirma Pedro Paulo, 30 por cento deste local são best sellers, posição bem diferente do tempo em que a Editora dedicava 70 por cento de suas publicações aos autores de fácil consumo.

— Depois da vinda de Carlos Lacerda para Nova Fronteira (antes nas mãos de outras pessoas da família) — conta Pedro Paulo — a Editora já possuía uma presença marcante no mercado. Porém, estava mais vinculada à edição de best sellers, uma coisa até certo ponto perigosa: veja bem, por conter toda uma trama de espionagem, alta política, sexo e crime, o livro vende logo e bem. No entanto, e uma obra facilmente perecível, e nenhuma Editora consegue viver dela muito tempo. Fora isso, para comprar o direito de um best seller americano, por exemplo, é preciso adquirir um enorme "pacote de enlatados" de baixa qualidade. E o público que aguente.

Assim, com o objetivo de descobrir uma fórmula mais inteligente de publicar livros, a equipe de Carlos Lacerda — que continuou seu trabalho após sua morte — decidiu buscar "um novo rosto, uma nova personalidade" para a Nova Fronteira. A decisão de formar um catálogo de alta qualidade, dando ao leitor a oportunidade de adquirir obras fundamentais da literatura universal foi, segundo Pedro Paulo Madureira, coroada com o sucesso da Editora.

— Isso definiu nosso recado — explica ele — De repente, o público, mesmo o mais intelectualizado, se deparou com "A Consciência de Zeno", de Italo Svevo, por exemplo, um excelente autor desconhecido aqui. O impacto causado pela publicação de toda a obra de Virginia Wolf, do Thomas Mann, dos romances de Rilke, de Stendhal, também criam uma curiosidade. Por outro lado, entramos com uma política firme em relação aos autores nacionais, de maneira a tornar nomes como Nelson Rodrigues, Nélida Piñon, Clarisse Lispector ou Lygia Fagundes Telles, entre outros, indispensáveis para a casa.

Embora citando uma maioria de escritores conhecidos, Pedro Paulo recorda que, em dois anos e meio, a Nova Fronteira editou cerca de 20 títulos de poesia, quase um de dois em dois meses. Além de ter conseguido o direito de publicação de "Memórias de Adriano" antes de sua autora entrar para a academia francesa. Em sua opinião, isto marca a Editora como um veículo de cultura. Ainda que com um best seller...

Tanto Sérgio, seu irmão Sebastião — vice-presidente da empresa — como Pedro Paulo, acreditam que o trabalho de editar não obedece a muitas regras preestabelecidas, tudo depende mais da intuição, de manter as "antenas" ligadas no que vai pelo mundo, do contato com o maior número possível de pessoas.

— A coisa se torna fascinante — acrescenta Pedro Paulo — porque a gente lida com algo que envolve o trabalho intelectual, o industrial e o comercial, enfim, as três dimensões da atividade humana. É preciso sentir o pulso da vida em determinado momento, e deixá-lo atuar de maneira poética.

Bem menos poético — porém mais rentável — é o fato de que, com determinados autores, a exemplo de Irving Wallace, em "Sue, a Segunda Dama", a Editora pôde imprimir uma tiragem inicial de 50 mil exemplares, um número excepcional se comparado aos romances "normais", em que esses números não superam a faixa dos 5 mil.

— Nós nunca fizemos um balão de ensaio para saber o que o leitor está esperando — afirma Sérgio Lacerda. — Afinal, não lidamos com sabonete ou marca de cigarro. Não se pode negar, no entanto, que autores de best sellers são sinônimo de resposta imediata: por exemplo, já contamos, de antemão, com um grande número de pessoas interessadas em ler "O Desafio Mundial", de Servan-Schreiber, pois a discussão de problemas do Brasil e do mundo, por alguém que nos deu "O Desafio Americano", agrada a muita gente. Fora os escritores imortais. Então, somando-se tudo isso, chegamos a conseguir apresentar novos nomes ao público, que não hesita em consumi-los por confiar na Editora.

Poucos, muito poucos são os que lêem no Brasil, concordam todos. Pedro Paulo, sem qualquer modéstia, afirma que "onde a Nova Fronteira não leva seus livros é porque, de maneira geral, a região é carente de leitura". Sebastião e Sergio Lacerda definem o leitor padrão como um sujeito de classe média e de classe média alta, principalmente o do eixo Rio/São Paulo.

— Fora isso, apenas parcelas pouco expressivas dos centros urbanos, em especial as do centro-sul do País — explica Sérgio — consomem livros. Aliás, basta olhar nosso mapa social para tirar qualquer dúvida.

Para completar o problema, a distribuição do produto literário é uma outra frente de batalha. A situação crítica da economia nacional vem "atrofiando o estreito canal de distribuição", o que tem obrigado os editores a recorrerem a novas formas de atingir o público, como a mala direta ou a venda de coleções.

Se hoje temos cerca de pouco mais de 1000 pontos de venda de livros no País, entre livrarias e outros — afirma Sebastião — esse número tende a diminuir. Não se deve esquecer, porém, que na livraria a vida de uma obra é efêmera: a produção editorial do Brasil, apesar de tudo, está acima do cacife dos livreiros, e os livros não são oferecidos ao público por um período muito grande. E ainda enfrentamos a concorrência desleal do livro didático, que conta com o subsídio oficial.

Humor, a razão do sucesso

Quando, em 1974, dois jovens gaúchos decidiram abrir uma editora — a LPM Editores — sabiam muito bem dos riscos que iriam correr, sobretudo pela pressão imposta pela censura do autoritarismo militar aos órgãos de imprensa. E, pior, os dois dos sócios estavam saindo de uma experiência fracassada como donos de agência de publicidade. Eles eram Ivan Pinheiro Machado, na época editor de esportes da extinta "Folha da Manhã", Edgar Vasquez, cartunista do mesmo jornal e Paulo de Almeida Lima.

Hoje, Ivan Pinheiro Machado lembra que naqueles tempos havia uma certa perplexidade nos meios culturais, em decorrência da situação política. E humor surgiu como uma forma sutil para se criticar o sistema e complicava a ação dos censores. Justamente por isso, o humor se apresentava como uma brecha que poderia ser explorada por quem estivesse disposto a correr os riscos. "Rango", o primeiro livro, alcançou boa vendagem, apesar dos editores precisarem ir à Polícia Federal por cinco vezes para explicações sobre o personagem. Mas o humor se tornou moda, na época. A LPM publicou, entre outros, livros de Caulos, Luis Fernando Verissimo, Carlos Nobre e Millor Fernandes, além de sucessivas reedições do "Rango".

Os dois rapazes, que na época tinham ao redor de 23 anos, começavam a sair do esquema artesanal para o empresarial. Mas os tempos estavam mudando, também a nível político. Então, uma grande cartada: "Antologia Brasileira de Humor", publicado em dois volumes de 300 páginas cada um, reunindo 82 humoristas do País, numa coletânea elaborada pelo humorista gaúcho Fraga. "Foi um investimento incrível", lembra Pinheiro Machado, "mas que serviu para dar currículo à editora, significando também um retrato fiel do que acontecia no País naqueles tempos". Vendeu 20 mil exemplares.

AS EDIÇÕES

Depois, surgia a Coleção Teatro, com a publicação de "E...", de Millor Fernandes, junto com a apresentação da peça, em 1977. E Literatura, com o livro "E Tarde para Saber", de Josué Guimarães, hoje em sétima edição.

A LPM saindo em busca de maiores contatos no Estado, no País e no Exterior. Mas ainda havia grandes dificuldades para tratar de temas políticos. Mesmo assim os editores decidiram lançar a Coleção Política. E foi com os livros de Paulo Brossard de Souza Pinto, Pedro Simon, Teutônio Vilela, sucessos absolutos. Muita coisa mudou na LPM desde aqueles tempos em que funcionava quase que artesanalmente. E até o incidente ocorrido em 1978, quando o livro do historiador Hélio Silva sobre o general Mourão foi apreendido, serviu para, embora quase levando a editora à falência, ajudá-la, depois, quando seis meses após a justiça liberou a edição que vendeu 30 mil exemplares. Isso nos extertores do AI-5.

A LPM tem atualmente um considerável acervo de literatura brasileira e presença de autores como Woody Allen, cujo livro "Cuca Fundida" vendeu 30 mil exemplares. No catálogo com 105 títulos estão nomes importantes: Pablo Neruda, Mario Quintana, Woody Allen, Costa Gravas, Millor Fernandes, Hélio Silva, Josué Guimarães, Moacir Scliar, Luis Fernando Verissimo, entre outros. Edgar Vasquez, Millor Fernandes e Josué Guimarães ocupam lugar de destaque na história desta jovem editora.

Pinheiro Machado, no entanto, considera que o mercado de livros no Brasil é muito pobre e tudo se reflete na forma artesanal das pequenas editoras. A saída? "Uma poderosa indústria de BEST SELLERS internacionais, no estilo água-com-açúcar, ou então o fortalecimento de uma editora através da publicação de autores nacionais de grande vendagem, que possam concorrer". Um negócio meio quixotesco, reconhece Ivan Pinheiro Machado, o PM da LPM. E lembra: "Sempre tivemos a sorte de termos as pessoas (autores) certos por perto na hora certa".

(Evilazio de Oliveira)

O Estado como concorrente

"O problema do livro no Brasil é um só: subdesenvolvimento." A afirmação é de Jorge Zahar, da Editora Zahar, desde 1956 quase que só publicando para o público universitário. Segundo ele, "a indústria editorial em um país como o nosso é uma indústria em permanente crise. Não há o hábito de leitura e a inflação crescente contribuindo para manter o setor em baixa".

Editor para um público diferenciado, Jorge Zahar não tem ilusões sobre o mercado editorial brasileiro, que, segundo ele, se caracteriza por edições de 3 a 4 mil exemplares que normalmente se esgotam em 2 ou 3 anos. "Claro que alguns livros vendem por dez anos, e outros nunca vendem. A nossa grande exceção é "História da Riqueza do Homem", de Leo Huberman, um livro que vende de 10 a 20 mil exemplares por ano, e já está na 17.ª edição."

Na verdade, esse é o único caso de sucesso permanente da Zahar, que não se preocupa em publicar best sellers. A editora trabalha com um circuito de cerca de 300 livrarias, enquanto seria necessário, segundo Jorge Zahar, pelo menos 3 mil para suprir a carência brasileira de pontos de vendas de livros.

— Portugual tem 10 milhões de habitantes, talvez 40% de analfabetos. No entanto, as tiragens de livros lá são como as nossas: por volta de três mil exemplares, só que nós somos 120 milhões. Além disso, a vida literária lá parece-me ser mais intensa, os suplementos literários têm um peso maior, Enfim, o hábito de leitura também é maior. Eu vendo muito em Portugal.

Por isso, a Zahar é forçada a manter um esquema próprio de distribuição e procurar novas formas de comercialização.

Nossa técnica consiste em manter, regularmente, um serviço de divulgação junto aos professores. Tenho um grupo de pessoas que constantemente leva os novos livros para os professores, oferece-lhes de presente etc. E a partir daí eles indicam ou não aos seus alunos. Basicamente, meu trabalho é esse. Outro recurso é o envio direto de catálogos para os professores, e, secundariamente, os anúncios em jornais e revistas. Aí sim, acho que faz falta um órgão voltado para a divulgação do Livro.

Para Jorge Zahar, o espaço destinado a literatura nos jornais e publicações como "Leia Livros", é insuficiente.

— Os suplementos literários são úteis mas não conseguem, ainda, ser o divulgador que deveriam constituir. Quanto ao "leia livros", não há dúvida que desenvolve um trabalho importante, e por isso mesmo é um veículo que tem todo o meu apoio. Realmente, é uma publicação que presta um serviço, assim como o próprio suplemento de livros da "Folha de S.Paulo".

Outro problema editorial, apontado por Jorge Zahar, é "a espantosa proliferação de atividades editoriais não-profissionais".

— São centenas de mini-editoras, muitas com gráficas próprias, montadas nos diferentes serviços governamentais, inclusive no Legislativo, para não falar na atividade das editoras das universidades. Seria desejável que estas últimas, que são as que mais de perto interessam a Zahar, observassem o comportamento da Editora da Universidade de São Paulo, a Edusp, e publicassem co-edições com editores profissionais, ou seja, que colaborassem para o fortalecimento da indústria editorial, e não fazer-lhes concorrência usando dinheiro público.

Apesar da concorrência estatal, Jorge Zahar não é pessimista em relação a essa crise.

— Olhe, essa é a crise brasileira. Sempre foi assim. Em se tratando de uma editora como a Zahar, a verdade é que ela, nos momentos melhores, não goza muito, e nos piores momentos, ela sobrevive razoavelmente. Nosso capital tem crescido ao longo dos anos, mas conservamos uma estrutura barata, para que possamos manter o nosso ritmo editorial e nossa independência. Enfim, a indústria do livro vive em crise, às vezes parece que ela não conseguirá sobreviver, mas sobrevive, e todos nós sabemos que continuará sobrevivendo. —

(Helena Salem)■

A história de um setor em crise e a derradeira personagem de uma tradição: o "rato"

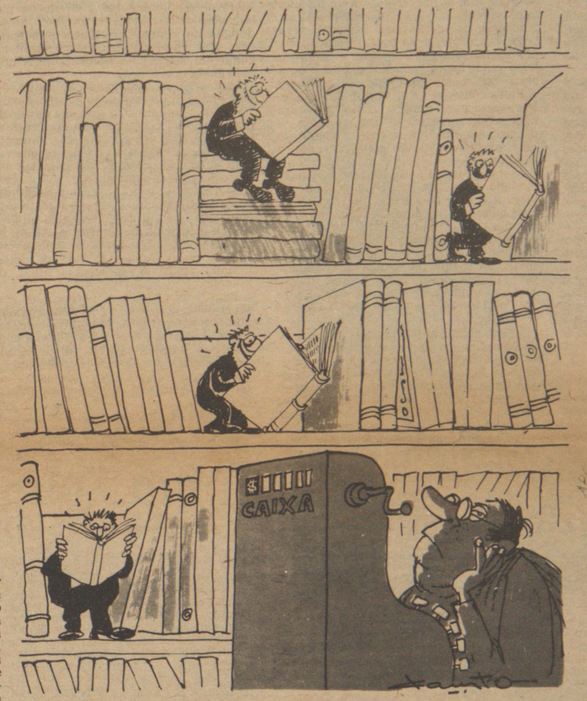
O "rato de livraria" ataca outra vez

MARIANGELA VASCONCELLOS

Algumas histórias do folclore que cercam as livrarias mais parecem piadas. E nem podia ser diferente, segundo Luis Alberto Piassa, 15 anos de profissão, há nove só na Livraria Cultura, "pois a fauna que aparece é muito variada". Bem-humorado, ele se lembra de vários casos, como o do padre cleptomaníaco, certa vez, pacientemente compreendido pela direção da casa; o "rato" japonês que nunca falava com ninguém e costumava passar horas em pé lendo o mesmo livro, várias vezes por semana, segurando-o próximo ao nariz, em virtude de forte deficiência visual, até um dia entrar em pane por não encontrá-lo no lugar de sempre...

O caso do velhinho, frequentador assíduo que havia encomendado "A Mulher dos Outros", de Emile Zola, e nervoso pelo fato de sua encomenda ter sido vendida, a outra pessoa, começar a gritar em altos brados: "Eu quero a mulher dos outros! Eu quero a mulher dos outros!" Ou do japonês cleptomaníaco que roubava todas as livrarias da cidade e, quando sua mãe morreu, devolveu todos os livros aos lugares de origem; ou ainda o caso da mulher que uma manhã pediu um dicionário para saber o significado da palavra ânus e depois de "descobrir a tradução", auxiliada pelo vendedor, e não pelo dicionário — "muito técnico", segundo ela —, desabafou: "Aquele desgraçado me paga", retirando-se em seguida.

Mas se esses casos esporádicos são engraçados, nem por isso refletem a realidade diária do contato com o público consumidor, segundo os livreiros paulistas que são unânimes em reconhecer que muito pouco mudou nos últimos cem anos em termos de hábitos de leitura, apesar da expansão do mercado editorial, a partir da década de 60, devido à instalação do parque gráfico industrial.



O CONSUMIDOR

Oswaldo Siciliano, prestes a inaugurar sua 21.ª Livraria Siciliano não acredita em crise no setor "pois há público para tudo o que se edita". Segundo ele, hoje se entra numa livraria "como se se entrasse para comer pastel num bar". Otimismo à parte, no entanto, os livreiros reconhecem, em coro, que apesar do aumento da classe média somente a elite continua se desenvolvendo culturalmente através de uma literatura formadora, porque aprendeu a comprar e sabe o que quer.

É o público que frequenta mensalmente as livrarias especializadas e incluiu o livro em seu cotidiano profissional e de lazer. É bastante fiel, mas escolhe os pontos de compra. Tem entre 25 a 35 anos de idade e, em média, recebe mais de cem mil cruzeiros mensais. Numa amostra realizada por Pedro Herz, da Livraria Cultura, esse público representa 46% dos frequentadores da sua loja (80%, no caso da Duas Cidades). O questionário demonstrou, ainda, que 83% dos frequentadores habituais compram novos livros num prazo nunca superior a 90 dias.

Compradora dos romances clássicos no começo do século — que consumiam juntamente com textos especializados —, essa camada sempre acompanhou a evolução cultural expressa na poesia e no conto dos anos 60, nos ensaios de sociologia e filosofia, na literatura política do final de 70, na música, e agora se volta novamente ao romance brasileiro.

A classe média que consumiu livros de Eça de Queirós, Machado de Assis e Vitor Hugo ao lado de "águas com açúcar" como M. Deliy, da Biblioteca das Moças, — sucesso até meados dos anos 40 — continua, segundo Horácio Lomelino, da Livraria Teixeira, consumindo subliteratura misturada com obras clássicas.

O leitor médio, segundo Siciliano, é muito influenciado pelos meios de comunicação. Por isso, aderiu facilmente ao best seller norte-americano a partir de 60. Hoje, ainda compra muita ficção científica ou policial, orientação sexual e, literatura infanto-juvenil. Entre os estudantes, há muito interesse por livros sobre temas do momento, como as fontes alternativas de energia e o Acordo Nuclear.

O livro, principalmente romance, também passou a ser incluído nas listas de presentes. José Santa Cruz, da Duas Cidades, observa que, mesmo álbuns bastante caros, como "A Dança", de Maurice Bejart, sumiram das estantes, durante a passagem do bailarino pelo País.

O GOSTO DO POBRE

A massa de trabalhadores e subempregados, por sua vez, continua a reboque da classe média e entra nas livrarias, em média, uma vez a cada seis meses, movida basicamente pela curiosidade despertada pelos programas de televisão ou rádio, ou por indicação de amigos, segundo os livreiros.

Os livros sobre ocultismo e magia, além dos best sellers, estão entre os mais vendidos, mas há os que ainda procurem livros sobre como escrever cartas de amor, informa Siciliano. "Nunca se vendeu tanto livro de magia como quando Jim Jones matou aquela multidão na Guiana ou quando o "Fantástico" falou em discos voadores! A reação popular é imediata porque eles gostam de ler, mas são desorientados", observa Rafael Blanco da Saraiva.

"Tudo o que foi mastigado pela classe média — diz Santa Cruz — hoje é consumido pelo povão com uma grande margem de atraso. A poesia de J. G. de Araújo Jorge, por exemplo, best seller da média nos idos de 60, ainda é muito procurada pelo povo para ser dada como presente."

O preço do livro também é um fator de afastamento da população de baixa renda, embora ela gaste muito dinheiro em "coleções didáticas" vendidas de porta em porta por algumas editoras, na periferia.

Seis famílias entrevistadas, esta semana, na porta de uma livraria no centro, quando compravam livros didáticos indicados pelas escolas dos filhos, afirmaram comprar periodicamente "por conta própria" várias dessas "enciclopédias", embora a maioria das compras se restrinja basicamente às bancas de jornal.

O PREÇO DO LIVRO

A empregada doméstica Maria de Lurdes Nascimento, 27 anos, três filhos, diz que "não costuma ler porque não tem tempo". O marido, garçom, gosta muito da revista "Planeta" e de comprar livros, mas faz muito tempo que não vai a uma livraria porque está esperando pagar a última prestação da "enciclopedia para os filhos".

Aliás, o alto custo dos livros afastou muita gente, principalmente do meio universitário, que há cinco anos vem comprando menos. "É comum hoje um rapaz entrar aqui na loja — conta Maria Antonia Pavão, vendedora da Duas Cidades — separar vários livros importados na área de sociologia, por exemplo, e depois da conversão para o cruzeiro, acabar levando somente um ou dois volumes".

Ivan Gomes Barroca, da Avanço, que durante onze anos foi um dos poucos livreiros de São Paulo, a importar livros da área de Ciências Humanas, apesar da censura dos anos 70, observa que nos últimos dois anos o consumidor deste tipo de literatura se espalhou por uma meia dúzia de livrarias, nascentes em época de abertura; o que talvez explique, sua evasão de certos pontos tradicionais como a Duas Cidades e a própria Avanço da rua Aurora.

O ROUBO DO LIVRO

Alguns livreiros se queixam, também, que a alta do custo de vida de maneira geral, aumentou o número de roubos de livros. Siciliano, um dos mais atingidos, não cita estatísticas, mas desabafa que "lamentavelmente somos vítimas das diferentes modalidades, e, de gente de todas as classes sociais, o que me leva a concluir que isso já é inerente à própria atividade, pois em todos os países do mundo se rouba muito".

Há casos estranhos até, como o de um senhor, casado e pai de dois filhos que certa vez procurou o gerente, e, dizendo-se arrependido, confessou ter roubado um livro, há dez anos, da livraria da Dom José de Barros e estava ali para devolvê-lo, pois até hoje estava perturbado com isso.

No entanto, Siciliano concorda com Lomelino, da Teixeira, "a maioria não é estudante e em muitos casos rouba por mania e não por necessidade". Antes quase que monopólio dos homens, atualmente as mulheres também passaram a roubar, principalmente na linha dos paradidáticos, diz Siciliano.

Citando o caso do professor hindu que lecionava inglês e foi pego em flagrante roubando livros na Cultura, Plassa conclui que ali, quem faz isso deve ser intelectual sem dinheiro, ou gente com mania, porque dificilmente alguém rouba para revender. Afinal, há livros de arte de 70 mil cruzeiros e um cara da periferia diante de um preço destes costuma reagir com uma pergunta: onde já se viu um livro custar mais que um televisor?".

"RATOS" FAMOSOS

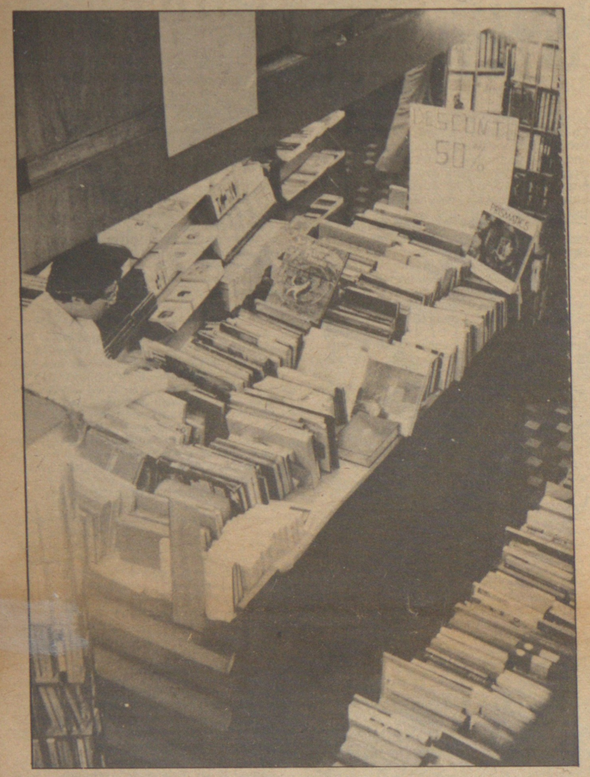
Os comportamentos estranhos em livrarias facilmente recaem sobre a figura do "rato", que pela descrição de Siciliano, é um homem jovem, entre 25 a 35 anos, autodidata, não tem dinheiro para comprar os livros de que gosta e "merece todo o respeito pelo seu alto nível intelectual".

Obedecendo sempre a um mesmo comportamento de ler um livro durante horas, algumas vezes por semana, ou vasculhar as últimas novidades sem se preocupar com o tempo, hoje existem "ratos" às dezenas, segundo Lomelino: "Antigamente era raro o freguês que se perdia por aqui, só mesmo o Prestes Maia e o Arrobas Martins. O primeiro corria toda a livraria durante três horas, depois separava um lote, pagava e sala. O segundo vinha sempre aos sábados. "Esses eram bacanas", concluiu. ■

CMPA 22.153-3

A Record não se queixa: sua filosofia é editar o maior número de best seller possível

A mercearia do feijão com arroz



A livraria é como uma grande mercearia: precisa vender o "feijão com arroz" (ou melhor, o best seller), para poder sustentar o fornecimento de "caviar" aos — poucos, mas fiéis — leitores sofisticados. Essa filosofia já lhe valeu inúmeras críticas, mas proporcionou a Alfredo Machado, dono da Editora Record, um sucesso que perdura há cerca de 20 anos. Nesta época, sua firma deixou de fazer publicidade e turismo, para se dedicar apenas ao mercado editorial, um negócio que já despontava como um futuro promissor.

Assim, mesmo prevendo uma crise passageira no ramo, provocada pelo aumento de custo da matéria-prima usada no livro — o que afeta o preço do exemplar, acompanhando a inflação — Machado não se preocupa muito. Ele lembra que outras crises foram superadas nos últimos dez anos, e o que se viu foi um crescimento impressionante do público leitor: "Digam o que disserem dos programas educacionais do Governo, o brasileiro está sedento de leitura e logo se acostumará aos novos preços".

Enquanto isso, a exemplo do que ocorre em todo o mundo — segundo afirma o ex-jornalista, a Record vai mantendo a atividade de uma média de 30 títulos por mês, às custas de uns dois ou três best sellers. Afinal, em se tratando de um país capitalista a indústria editorial também necessita viver do lucro.

— É curioso — desabafa o editor — que se o dono de um jornal é perdoado por vender muito, um artista idem, porque não se perdoa o sucesso de um livro? As editoras se sustentam com capital próprio, portanto precisam de dinheiro. O best seller é um bem necessário para a sobrevivência da indústria editorial, seja aqui, seja em qualquer parte.

A CHAVE DO SUCESSO

Alfredo Machado só entende a crítica à qualidade do best seller como uma campanha promovida por escritores pouco lidos, que invejam aqueles que dominam uma linguagem mais comunicativa com o público em geral.

Aliás, eis o grande segredo, o grande marketing dos produtos de larga aceitação: tratar de assuntos do momento, que agradam ao maior número de pessoas, numa linguagem bem acessível. Um movimento que, na opinião do dono da Record, abrange os outros veículos de comunicação, também sedentos por descobrir uma forma mais fácil e mais aberta de transmissão de mensagens.

— Não se pode pretender que o livro — explica ele — com sua dificuldade natural de comunicação (por exigir tempo, atenção e concentração), queira fazer sucesso em grande escala, se é escrito numa linguagem intelectualizada. Na verdade, as grandes obras da história da literatura — a não ser pequenas exceções — não são herméticas.

Machado lembra que nem sempre a vendagem alta é sinônimo de artigo de segunda categoria. Cita os exemplos de Fernando Sabino, que com "A Falta que Ela Me Faz", foi considerado o mais vendido de 80, segundo dados da revista "Leia Livros", e de Jorge Amado.

— Somente ao ser capaz de falar para uma platéia ampla, o autor sai dos limites de sua rua — diz ele. — Por isso acontece um fenômeno como o Jorge Amado, um homem que jamais fez concessões ao público estrangeiro,mas tornou-se um best seller mundial. "Tieta do Agreste" e "Farda, Fardão, Camisola de Dormir" alcançaram uma venda de 120 mil exemplares (só aqui) antes do lançamento, a 11 dólares cada. Uma tiragem impressionante, mesmo se comparada aos Estados Unidos, onde os livros de capa dura são considerados best-sellers ao esgotarem a faixa de 20 mil.

Alfredo Machado define estes "fenômenos" como uma espécie de "Robin Hood" da literatura: com eles ganha muito dinheiro, o que garante a solidez de sua empresa — hoje com 180 funcionários, entre Rio e São Paulo — e lhe permite colocar autores de menor aceitação nas livrarias. Ou seja, tira-se do "rico", para ajudar o "pobre". Além disso, Machado explica que a falta de livrarias no Brasil (calcula entre 600 a 800) faz com que cresça a necessidade de livros de venda rápida e fácil. De novo, uma questão de sobrevivência.

O PAPEL DO EDITOR

Na opinião de Alfredo Machado, quem faz o best seller é o autor, não o editor. Mas não é fácil, acrescenta. Ao segundo cabe apostar no trabalho, numa espécie de roleta onde risco e sorte são os principais ingredientes. Afinal de contas, lidar com o mercado leitor continua sendo uma grande loteria, pois ele é "absolutamente imprevisível".

O editor funciona como um intermediário entre o público e autor, os dois componentes fundamentais deste jogo: ele capta o que vai pelo mundo, as tendências do momento, às vezes buscando um título mais adequado, outras criando uma apresentação gráfica mais eficiente.

— A Zélia Gattai, mulher do Jorge Amado, chegou aqui com um "saboroso" livro de memórias de infância — conta Alfredo Machado. Chamava-se "Alameda Santos, n.º 8". Fui contra o título, porque desde "Barata Ribeiro, 200", que este negócio não pega mais. Então ela voltou com o "Anarquista, Graças a Deus". Será que teve maior sucesso por causa disso? Sinceramente não sei.

Mesmo falando em riscos, Machado se mostra um homem bastante previdente. Antes de escolher um lançamento consulta algumas listas, como a de fevereiro do New York Times — onde The Convenant, de James Michener, já alcançou o top (está em fase de tradução para a Record). Além disso, conta com um sofisticado sistema de computador, que indica o momento ideal de reimpressão de cada um dos três mil títulos do estoque da editora. Não é de surpreender, portanto, o orgulho com que afirma que chega a publicar mais de trezentos títulos por ano, funcionando também como o distribuidor de seu produto para quase todo o Brasil. (M. R. Pecorelli)

Quando roubar é um "ato cultural"

JOSÉ SILVEIRA

Toda vez que o livro vem a debate o Tesouro Nacional corre o risco de sofrer uma mordida. Um grupo grande de pessoas ligadas ao assunto não vê outra saída que não seja a da ajuda estatal, embora mantendo a pose de independência e até de antigovernismo. Até não deixam de ter certa dose de razão, eis que muitos projetos de proclamados "campeões da iniciativa privada" só são viáveis com o substancial empurrão do Estado através dos seus bancos. E editores e livreiros, afinal, também se sentem "filhos de Deus".

O problema, no entanto, é mais sério, embora não seja tão grave quanto se apregoa porque não pode ser dissociado da crise geral. Neste País de funcionários públicos que nem ponto batem (a maioria "em disponibilidade"), é que humilham as pessoas a quem deveriam servir, os cofres públicos são a solução para todos os casos. No livro os cofres já compareceram. E não resolveram.

Como o processamento de dados, o livro tem dois componentes: um seria o equivalente ao "hardware" (o livro em si, o material, composto de papel e linhas impressas) e o outro seria o equivalente ao "software" (que é o conteúdo, a idéia). Para qualquer discussão há necessidade de termos presente esse raciocínio. Porque são inúmeros os preconceitos que regulam a comercialização do livro, um produto absolutamente sem similar, e que deteriora tão rápido quanto um hortigranjeiro. (Alguém lembra de "Desafio Americano"? Ou de "Love Story"?)

TABELADO COMO O CIGARRO E A GASOLINA

Comecemos pela ponta final, o consumidor. Pelo menos no Rio de Janeiro, roubar livro não é considerado delito. E um "ato cultural", que obriga as livrarias a manterem um extenso serviço de vigilância, dispersando meios que poderiam ser aplicados na ampliação da variedade de estoque e na qualificação de vendedores.

Ainda no capítulo do consumidor há um hábito que é tipicamente nacional: a exigência do desconto. A maioria dos compradores de livros se acha no direito de "exigir" desconto no preço do livro que está, eventualmente, querendo comprar. Uma senhora porque é professora; um senhor porque trabalha no Ministério da Educação; um jovem porque trabalha na Petrobrás...

Quem assim procede não sabe que o livro tem preço tabelado. O preço final — ao consumidor — é fixado, não pelo vendedor (livreiro) mas pelo industrial (editor), o que explica o fato de um determinado livro ter o mesmo preço na modesta livraria ou banca de jornal da estação rodoviária e na luxuosa loja de refrigerado "shopping center". Pois apenas dois produtos têm o mesmo sistema de comercialização: o cigarro e a gasolina. A ninguém ocorre pedir desconto no botequim quando comprá um maço de "Advance", mesmo os que gostam de levar vantagem em tudo, ou ao frentista do posto quando abastece de gasolina o carro. O desconto que o livreiro às vezes é compelido a dar sai, rigorosamente, da sua margem de lucro, que é limitada a priori.

Para exemplificar tomemos um livro cujo preço de venda ao consumidor seja de Cr$ 1.000. (Ainda não temos, ou pelo menos ainda são raros os livros que chegaram a esse preço. Todos custam menos que uma gravata e pouco mais do que um par de meias). Se o livreiro compra em quantidade razoável, terá do editor um desconto de, digamos, 40%. Isto é, pagará Cr$ 600 pelo livro que venderá a Cr$ 1.000. Se ele comprou 100 exemplares, até vender o 60.º trabalhou apenas para pagar ao editor. A partir do 61.º exemplar ele começa a obter recursos para pagar empregados (salários, INPS, PIS, férias) aluguel do ponto de venda, amortização das instalações (e "luvas") e até mesmo a comissão dos cartões de crédito. Ah! e seu lucro — se em 100 exemplares só conseguiu vender 80, perdeu dinheiro, os 20 que encalharam são prejuízo. Então, todo o desconto "exigido" pelo comprador, ao sair do limitado lucro do livreiro, acaba se refletindo no atraso do pagamento ao banco onde seu fornecedor (no caso o editor) descontou a duplicata. O que nos leva à constatação que o primeiro compromisso do livreiro não é com a cultura mas com o sistema bancário.

Como chegar a esse preço final de Cr$ 1.000? Não há nada satânico, nenhuma manobra de inimigos da cultura. Há uma fórmula de aplicação internacional, pela qual o preço final corresponde a cinco vezes o custo. Aqui, nos Estados Unidos, na França, em todos os países capitalistas. Decompondo: 20% é custo (tradução, se for o caso; composição; revisão; diagramação; desenho da capa; e mais papel impressão) 30 ou 40% é o que cabe ao editor; 30 ou 40% ao livreiro; 10% ao autor. Na reedição o custo variável é apenas o consumo de papel e a impressão, mas a inflação "come" essa vantagem.

Perguntam os intelectuais, só 10% para o autor? A explicação seria longa não fosse o custo do dinheiro. O dispêndio direto de dinheiro é feito no "hard" pelo editor, que para isso paga juros de mercado e a curto prazo. Claro, para o autor se preparar até escrever um livro, dispenderá muito mais dinheiro, mas indiretamente e diluído no tempo.

SUBSÍDIOS DO GOVERNO E DA EMBAIXADA DOS EUA

Alguns editores têm recebido subsídio do governo, através do Ministério da Educação. Mais ou menos o mesmo mecanismo que a Embaixada dos EUA criou em toda a sua esfera de influência para ter editados na língua nativa livros que interessam à ideologia norte-americana. A Embaixada dispõe de uma lista de livros para escolha pelos editores. Selecionado o título (vai da sociologia à economia política, passando pela antropologia, pelo teatro, comunicação e até literatura), ela se encarrega da tradução, financia a impressão e garante a aquisição de pelo menos metade da tiragem. Esses livros que ela adquire — sem sua marca e com a chancela de um editor nacional — são distribuídos farta e graciosamente para todas as unidades militares, universidades, redações de jornais e algumas bibliotecas escolares catalogadas.

No caso nacional, isto é, fora do esquema de embaixada, o sistema funciona através de co-edições. O Instituto Nacional do Livro, ou uma fundação tipo Fundação do Material Escolar, ou até a Biblioteca do Exército (exemplo mais recente é a "Terceira Guerra Mundial") dividem as despesas com o editor e/ou garantem a compra de parte da edição.

Logo que foi assinado o Acordo MEC-Usaid, por exemplo, foi descoberta uma cláusula pela qual era permitida a co-edição, mas uma comissão de editores fez descoberta melhor: era possível o Ministério da Educação comprar livros já prontos (e encalhados). Uma enxurrada de livros, até alguns pornográficos, lotou os depósitos do INL, ao lado de enciclopédias, coleções de Machado de Assis e José de Alencar, obras completas de Camilo Castelo Branco, Eça e Gil Vicente, estas em papel bíblia e acabamento de luxo. Foi tal a avalanche que mandaram ao Brasil uma simpática senhora norte-americana que já pusera fim a semelhante carnaval na Índia.

Mas não é por aí que se resolve o problema do livro.

A solução envolve a própria conjuntura nacional. Sem adequada distribuição da renda, sem que essa enorme massa de subnutridos seja incorporada ao consumo, o livro continuará sendo um produto para a elite. Para quem pode se dar ao luxo do prazer cultura porque já satisfez o prazer primário do estômago. Então sim, com tiragens elevadas será possível baratear o custo e, em consequência, diminuir o preço final do livro ao consumidor.

Enquanto as edições (não falo do livro didático, ou escolar, cuja comercialização obedece mais ou menos as regras da indústria farmacêutica, sendo até "receitados") se destinarem ao consumo da reduzida elite, o livro será cada vez mais caro e mais inacessível à maioria.

Os nomes e o estilo são parecidos. Mas são as únicas semelhanças entre o Círculo e o Clube do Livro

O Clube e o Círculo

SONIA BARSOCCHI

Oito anos depois de seu lançamento no mercado editorial brasileiro, em 1973, o Círculo do Livro ainda é confundido, por muita gente, com um similar tradicional, o Clube do Livro, uma editora com 38 anos de existência. Mas as semelhanças de nomes esconde métodos totalmente diferentes na área de comercialização e de volume de capital empregado.

"Somos e nos consideramos uma pequena empresa." A frase de Alvaro Malheiros, diretor financeiro do Clube do Livro, explica porque o Círculo do Livro,hoje com 740 mil associados, pretende contar com 1 milhão dentro de dois anos, enquanto o Clube do Livro, com 35 mil sócios, limita sua meta, no mesmo período de tempo, a 50 mil sócios.

A modéstia de Alvaro Malheiros tem sua razão de ser. Afinal, para Malheiros, seria ilusão pretender competir com a Editora Abril e sua associada no Círculo, a multinacional Bertelsmann, uma das maiores editoras de clubes de livros do mundo. O know how da Bertelsmann aplicado no Brasil é fruto de uma vitoriosa carreira no mercado de livros da Europa e países de outros continentes. Já o Clube do Livro tem uma história mais modesta.

O FIM DO LIVRO POBRE

Quando Mário Graciotti, hoje com 70 anos, fundou o Clube do Livro em 1943, "tinha a pretensão de salvar o Brasil através da cultura". Trinta e oito anos depois, praticamente afastado das decisões da empresa, Graciotti lamenta o destino e ironiza: "Sou um fesso. De que adiantou publicar mais de 10 milhões de livros, que adiantou a preocupação de levar às portas do povo um livro bom, barato e limpo, para ser lido por qualquer pessoa da família?"

O cansaço de Graciotti, no entanto, quase o faz esquecer de que houve tempos melhores, em que o Clube do Livro podia vangloriar-se de uma boa situação no mercado. Sua primeira edição, o "Guarany", de José de Alencar, teve uma tiragem de cinco mil exemplares, à qual seguiu-se imediatamente outra, totalizando dez mil exemplares rapidamente vendidos em uma época em que três mil exemplares vendidos satisfaziam a qualquer editor tradicional.

A crise do Clube do Livro, que de 40 mil sócios passou a 20 mil, levou Graciotti a propor associação, em 73, à "Revista dos Tribunais", dona da gráfica onde os livros eram impressos. Da associação sopraram ventos novos e necessários, segundo Alvaro Malheiros, "porque o público estava cansado daquele livro pobre, impresso em papel jornal e formato antiquado de 13 por 18 centímetros, limitado a 160 páginas, o que obrigava a cortes e resumos de capítulos inteiros".

Na essência, o Clube do Livro não mudou. Hoje como antes, o Clube depende de sócios avessos às livrarias, para poder oferecer-lhes um livro todos os meses mediante uma taxa de inscrição de Cr$ 100,00. O pagamento da taxa vincula o leitor ao Clube e lhe dá o direito de receber um livro brinde — escolhido entre os quatro últimos editados — além da obrigação de adquirir o livro mensal, por Cr$ 110,00.

O livro único do Clube, hoje, mudou de formato, ganhou cor, porém continua limitado ao campo da ficção: romances, contos, novelas e muitos autores inéditos, selecionados pela direção do Clube ou escolhidos através de concursos. Entre os últimos livros editados pelo Clube contam-se "Abismo", de Kurt Falkenburger (inédito, de ficção, baseado numa enchente em Caraguatatuba); "Iracema", de José de Alencar; "Final para Três", de Rex Stout (traduzido do inglês para o Clube) e "Ioiô Pequeno da Várzea Grande", de Mario Leônidas Casanova, prêmio Jabuti para o melhor autor de 80.

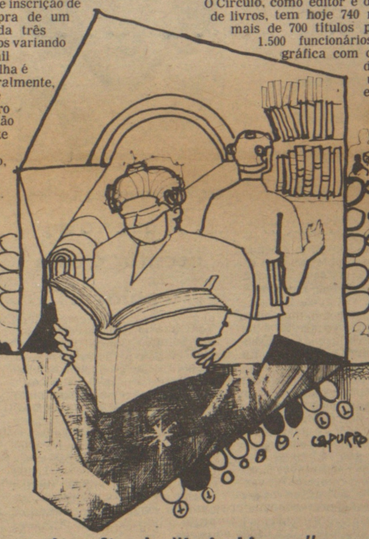
Diversificar a oferta de títulos ou sua quantidade não é possível, segundo Alvaro Malheiros. "A empresa não está aparelhada para isso".

O CÍRCULO PODIA ESPERAR

O Círculo do Livro, ao contrário do Clube, já nasceu rico e experiente. A Abril e a Bertelsmann puderam dar-se ao luxo de entrar no mercado de clubes de livros no Brasil — um mercado praticamente virgem — com livros de apresentação primorosa e aceitação praticamente garantida.

Em cinco anos — de 73 a 78 —, segundo o diretor do Círculo, Raymon Cohen, os acionistas esperaram pacientemente o momento de lucrar. De início, o Círculo adotou um esquema de comercialização e venda diferente de outros similares, à exceção dos "círculos" da Bertelsmann em outros países. Ao invés de oferecer apenas um livro por mês, o Círculo oferecia uma grande alternativa de escolhas, em livros divididos por áreas de interesse: infantis, policiais, clássicos, best sellers.

Raymon Cohen prefere falar em "produtos" ao invés de livros. Explica-se. Além de livros, o Círculo oferece, como alternativa aos olhos cansados de seus sócios, jogos de quebra-cabeças, discos e outros. Com essa alternativa, o sócio pode continuar participando do Círculo, que só lhe exige uma taxa de inscrição de Cr$ 100,00 e compra de um "produto" a cada três meses, com preços variando de Cr$ 250,00 a mil cruzeiros. A escolha é grande. Trimestralmente, o associado pode escolher um livro entre 300, que estão permanentemente em catálogo na Revista do Livro, entregue na casa dos leitores.



Aos que criticam o Círculo por não apresentar muitos inéditos, Raymon Cohen responde com uma explicação que resume a filosofia de trabalho da empresa. "Nosso negócio não é o de apresentar novidades ao leitor, mas sim uma ótima seleção, e por uma razão muito simples: nós compramos, de editores tradicionais, os direitos de autor para distribuição exclusiva a associados. Isso nos permite lucrar a ambos, evitamos áreas de atrito e concorrência, e o leitor recebe um livro praticamente já aceito e propagandeado pelos editores tradicionais." Mesmo assim, não raro o Círculo publica títulos inéditos — à proporção de 20 por cento, muitas vezes em co-edição com editores tradicionais para lançamento simultâneo.

"Vendemos e vendemos bem", diz Raymon Cohen, convencido de que o brasileiro lê, se o livro lhe for oferecido através de um sistema de distribuição dinâmica. Além da eficiência do sistema do Círculo, Cohen acrescenta que o sucesso da empresa baseia-se no grande número de leitores em potencial, que as livrarias não conseguiram ainda atrair.

"Procuramos, através de nossas equipes de promotores, o leitor em sua casa e deu certo". Seja qual for a razão, a verdade é que o Círculo triunfou, segundo Cohen. O Círculo, como editor e distribuidor de livros, tem hoje 740 mil sócios, mais de 700 títulos publicados, 1.500 funcionários e uma gráfica com capacidade de publicar um milhão e seiscentos mil livros por mês.

O desafio de "Leia Livros"

ROBERTO JARDIM

O lugar da mulher nua que, na capa de dezembro, recomendava leituras de verão, foi agora tomado por Dostoiévski, numa justa homenagem ao 100.º aniversário da morte do escritor russo, em janeiro. Na verdade, essa descontração, somada ao tamanho tabloide, já levou "Leia Livros" a ser confundido com algum veículo da imprensa alternativa. Trata-se contudo, da única publicação especializada em literatura em circulação no País.

— Um desafio cultural em um País onde não há o hábito da leitura — segundo o secretário de redação, Caio Túlio, responsável pela edição de "Leia Livros", desde abril de 1978, quando saiu o primeiro número por iniciativa do editor Caio Graco Prado, da Brasiliense, e do jornalista Cláudio Abramo.

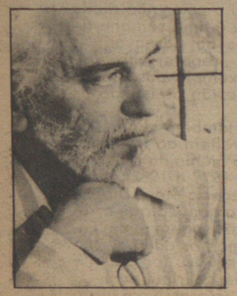
Nestes três anos de existência, "Leia Livros" tentou, segundo Caio Túlio, entender com mais agudez o mercado editorial ao mesmo tempo em que fazia críticas e análises literárias. "Apesar de ser um jornal somente de resenhas de livros, a sua agilidade está no gancho do livro, que sempre traz assuntos que interpelam o cotidiano ou problemas com que a sociedade civil convive".

Com uma tiragem de 23 mil exemplares — 15 mil destes vendidos em bancas de todo o País, "Leia Livros", é um jornal deficitário, apesar de haver melhorado sua penetração entre o público leitor nos últimos doze meses.

— O jornal está no mercado há três anos, mas só no último ano é que os editores vêm anunciando e acreditando no veículo. Para dar uma idéia, o déficit mensal gira em torno de 300 mil cruzeiros. Mas isso não significa que o jornal vai acabar: o diretor Caio Graco Prado está disposto a suportar o prejuízo, porque acreditamos que "Leia Livros" é importante para a cultura brasileira.

O editor, na versão do autor

O relacionamento entre o escritor e seu editor é tradicionalmente difícil e cheio de queixas. O que os autores pensam de seus editores está nesta enquete da repórter Hermínia Brandão



Josué Guimarães

"Meu editor devia mudar de profissão"

"O meu editor é um sujeito que deveria estar em outro negócio, porque qualquer negócio é melhor. Eu nunca tive problemas com os meus editores, somente agora é que estou enfrentando um, com a José Olímpio. Não o José Olímpio, que é sem dúvida o maior editor deste País, mas com a editora que sofreu terríveis transformações depois da entrada do BNDE. Eu tenho um contrato com eles que já está com o prazo vencido, mas que impede a minha desvinculação. Nesse contrato consta que somente depois dos livros esgotados é que acaba o compromisso. Eles têm dois volumes da trilogia que não comercializam, que se negam a me vender e, assim, mantêm o contrato. Eu vendo uma média de 3 mil livros por mês e eles não vendem nem 50.

"O problema do livro no Brasil é muito mais do regime econômico do que dos editores. Um livro tem o seu preço dividido em 50% para a distribuidora e 50% para o editor. Dos 50% do editor é que saem os 10% do escritor e mais impostos, aluguéis, salários dos funcionários e demais despesas. A distribuição subdivide os seus 50% dando 30% para as livrarias. Assim, um livro que sai da distribuidora por 50,00 tem que ter o seu preço multiplicado por seis para dar o preço de capa. É necessário que se trabalhe a idéia de uma distribuidora nacional, onde esses custos todos poderiam ser minimizados.

"Aumentar os pontos de venda também é necessário. O livro não deve ficar somente nas prateleiras das livrarias, onde a pessoa ao entrar é abordada pelo vendedor como se quisesse comprar um par de sapatos. O leitor precisa estar perto do livro, precisa ter um contato maior com ele. É preciso se ter livros em supermercados, em farmácias, enfim, em todos os lugares em que o público possa ter um acesso fácil."

Lígia Fagundes Telles

"A guerra do escritor é com a palavra"

"Eu trabalho com duas editoras a José Olímpio, que está com a 11.ª edição de "As Meninas", e a Nova Fronteira, que está com o meu último livro, "Disciplina do Amor". Ambas têm se comportado muito bem e a distribuição é muito boa. Acredito que o escritor não pode se preocupar com estas coisas. O escritor já tem que guerrear com a palavra, depois nos debates, nas visitas, nas apresentações. Se ele for entrar neste âmbito vai lhe causar problemas. O mínimo que se pode exigir é que o escritor ajude o livro a dar os primeiros passos.

"O Chico Buarque canta numa música "como é cruel cantar assim", nós podemos dizer "como é cruel escrever assim". Eu, particularmente, nunca tive problemas com os meus editores. Na José Olímpio sempre estive entre amigos, mesmo antes, durante e depois da crise. Na Nova Fronteira, sou amiga do Pedro Paulo Sena Madureira e dos filhos do Lacerda que são os donos.

"O que acontece, atualmente, é que a literatura brasileira está no seu pique, cresceu assustadoramente o número de escritores. Mas a verdade é que a maior parte está em encalhe, são muito ruins. Eu recebo livros muito ruins, já publicados e já não os consigo ler. Hoje em dia todo mundo quer escrever. Se o homem está impotente, ele resolve escrever um livro. Se a mulher foi abandonada, ela resolve escrever um livro. É claro que entre os novos tem muita gente de potencial. Apesar de todas as dificuldades o mercado sempre estará aberto para a boa literatura."

Marcos Rei

Amadorismo. Mas não poderia ser melhor

"O livro no Brasil é uma mercadoria pouco vendável, devido à falta de leitura do povo brasileiro, que não se pode exigir que as editoras funcionem. Há um amadorismo editorial muito grande e o pior é que ele vai prosseguir por muito tempo. A distribuição, por melhor que seja, sempre será deficitária. É muito fácil ser editor na Bélgica e na França, onde não há tantas distâncias e dimensões como no Brasil. Sendo assim, os editores brasileiros têm desculpas de sobra para explicar fracassos e improdutividade, porque as coisas não andam bem. O escritor tem tanta noção dos problemas editoriais, que entra no ritmo do amadorismo e tem pudores de defender os seus direitos autorais. Sente-se constrangido em cobrar os seus direitos autorais.

"Eu já senti vergonha de cobrar os direitos de um livro meu que estava esgotado. Quando se trata de enviar comprovante de rendimentos para o Imposto de Renda a máquina funciona perfeitamente. Nesse momento tenho sobre a mesa um comprovante que recebi referente a uma determinada importância do ano-base, que até hoje não tive acesso.

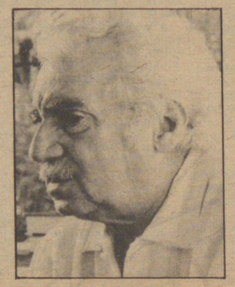
"Na verdade, nós partimos atrás nessa corrida; Lemos menos per cápita que a maioria dos países latino-americanos. Para se fazer uma mudança nos hábitos de leitura é preciso um esforço conjunto muito grande. Não sou nada otimista, acho que até o fim do século continuaremos a ter esses problemas. Para agravar fazemos uma literatura de laboratório que já não seduz nem mesmo os intelectuais, o que leva o leitor a preferir uma literatura mais viva que corresponda à realidade, como é a estrangeira."

Bruna Lombardi

O difícil acesso ao artigo de luxo

"Eu tenho uma experiência com 4 editoras. O meu primeiro livro "No Ritmo Desta Festa", foi editado pela Símbolo, que já não está mais no mercado; pela Editora Três que fez uma edição muito grande de 35 mil exemplares e pelo Círculo do Livro, com uma tiragem de 15 mil e que está no mercado. O meu segundo livro "Gaia" está na segunda edição pela Codecri, que é uma editora que está atuando de forma a desenvolver um trabalho junto aos novos escritores.

"Eu acredito que o maior problema junto aos editores ainda seja a distribuição. De repente, o teu livro é procuradíssimo e não é encontrado em lugar algum. A prestação de contas, que é feita de seis em seis meses, é deficitária. Deveria ser feito um informe mensal. O livro no Brasil está em segundo plano, é quase um artigo de luxo. Deveríamos trabalhar para se ter acesso ao livro com custo mais baixo. A solução é popularizar o livro."



Jorge Amado

Uma fiel amizade de 33 anos

"Eu penso muito bem do meu editor, sempre me relacionei muito bem com eles. Antes do Alfredo Machado ser meu editor pela Record, nós já éramos amigos. A Record tem uma distribuição muito boa e acredito que ela e a Nova Fronteira sejam as melhores, dentro das condições brasileiras. Acontece que nós temos muito poucas livrarias, poucos pontos de venda. Cada novo ponto que se abre é muito bom para o mercado, seja ele numa loja ou mesmo num supermercado.

"Há quem acredite que o livro é um produto elitista intocável. Livro se faz para ser lido. No que se fala de distribuição existe outro problema, que é o interesse de público. Se o escritor tiver público, o público compra. Eu não acredito que um editor vá trabalhar contra o livro, afinal é o dinheiro dele que está empregado. O editor faz força para vender o livro, mas o produto precisa estar exposto.

"Em geral, eu não mudo de editora. Fiquei 33 anos com o mesmo editor e só o deixei quando ele entrou em concordata. Sou editado em vários países e em todos eles me dou bem com os meus editores. Tanto na França, na Alemanha, na Itália o meu relacionamento, que é muito mais profissional por não conhecer mais de perto os editores, é bom. Nos Estados Unidos sou amigo de José de Quinopoli e o nosso relacionamento é muito amigo. O editor brasileiro é melhor porque é uma presença imediata. As edições se diferenciam na qualidade de apresentação, não nos relacionamentos.

Domingos Pelegrini Jr.

E o lucro da 2.ª edição, com quem fica?

"A minha editora é a Civilização Brasileira e eu só apertei a mão do Ênio Silveira uma vez. Toda a nossa transa é feita através de carta e eu sempre o senti muito cordial e profissional. E a coisa mais difícil de se encontrar no mercado editorial são profissionais. O próprio mercado não permite. Para se ter um assessoramento profissional, como existe lá fora, onde o escritor tem um assessor para revisar criteriosamente o seu livro e dar sugestões, ou ainda ter um público leitor custa muito dinheiro.

"Hoje, as pessoas estão cobrando de 2 a 5 mil cruzeiros para ler um livro e um público leitor profissional exige cerca de 4 a 5 pessoas, o que aumentaria em muito o custo do livro O meu relacionamento com o meu editor esta na medida do que eu posso exigir dele. O que se reclama muito é da distribuição e isso revela uma incompetência de modo geral dentro do mercado. É preciso desenvolver o mercado livreiro e um dos componentes é a necessidade de mais autores falarem o que interessa ao povo.

"Uma das reivindicações específicas do autor e que deve ser levantada é o problema da 2.ª edição. Uma das coisas que mais encarece o custo dos livros é o fotolito duplo que corresponde a 4 páginas. Quando acontece uma 2.ª edição em que o autor não modifica nada esse custo diminui, porque é desnecessário se fazer outro fotolito. Assim seria mais justo que os direitos do autor aumentassem, se estão na base de 10%, passariam a 15%, ou algo parecido. Se um autor passa para a 2.ª edição é porque ele é bom e tem público."

Camelôs da cultura

Vender nas ruas e nos bares, a solução alternativa

Nos bares da moda, nos restaurantes, nas portas dos teatros, nas ruas — eles estão em toda a parte à procura de compradores para sua arte. São escritores, jovens poetas na maioria, resolvidos a divulgar seus trabalhos fora do circuito institucional de comercialização de livros, onde encontram dificuldade de penetrar.

Pioneiro desta geração de artistas marginais, o consagrado escritor Plínio Marcos, "desempregado e duro", resolveu, há três anos, editar e vender seus próprios livros e deixar de esperar "os tostões que a editora me entregava a cada ano".

"Consegui meu primeiro crédito com amigos, donos da Gráfica Irmãos Fanelli, e é lá que imprimo meus romances até hoje. Agora, eles têm uma tiragem de 30 mil exemplares cada. Pela Global, que tem por 5 anos os direitos sobre as minhas peças de teatro, as tiragens são de 5 mil cada uma e demoram muito mais tempo para esgotar."

Em um ano, "batalhando" portas de teatro, esquinas, bares ou onde houvesse uma feira de arte, Plínio Marcos esgotou duas edições de "Na Barra do Catimbó". Outro livro seu, "Querô", já chegou a 5.ª edição, no mesmo esquema, com tiragens de 30 mil por edição.

O mercado de Plínio Marcos não se restringe a São Paulo. "Onde vou, levo meus livros. Só no ano passado, andei por 150 cidades. Além disso, as pessoas já sabem como trabalho e me avisam quando vai ter uma feira de artes ou de livros".

Atualmente, ele está dirigindo no teatro TAIB, a peça "Jesus Homem", e ali mesmo fica montada sua banquinha para quem quiser comprar. E os que vão assistir à peça sempre acabam comprando, sem esquecer de pedir uma dedicatória assinada pelo autor. "Eu sou um marginal que resolvi assumir minha marginalidade. Criei meu espaço, fui buscar meu público."

O público de Plínio Mscros não é exatamente o frequentador habitual de livrarias. A começar pelo preço. "O livro que vendo de mão em mão a Cr$ 70,00, se passasse pelo circuito normal de autor, editor, distribuidor e livreiro, custaria Cr$ 280,00, o que faz uma enorme diferença".

Touchê — ou Antonio Carlos Lucena — é um poeta paulista de 24 anos que há quatro resolveu tirar seus poemas da gaveta e transformá-los em livros. Para isso, criou com o poeta e artista plástico Carlos Takaoka o grupo Sanguinovo e fundaram uma pequena editora.

O caminho escolhido por Touchê foi o mesmo de muitos outros poetas nos últimos anos: financiar a impressão e sair vendendo até conseguir o suficiente para pagar a edição de um outro livro e, de preferência, sobreviver deste trabalho.

Touchê tem sobrevivido assim. Seus três livros: "Para Latir na Calçada", "Jujubas Essenciais" e "Pílulas de vida" venderam, em dois anos e meio, 150.000 exemplares, na base de Cr$ 70,00/100,00 cada um. São livros de bolso, com capa colorida, ilustrada com cartuns do artista Flávio del Carlo.

Com o tempo, nas suas andanças por bares, shows, colégios, ele foi conhecendo seu público. "Um público jovem, na faixa dos 17/30 anos: primeiro porque as pessoas jovens são mais acessíveis, não fazem uma imagem negativa do escritor que desce do seu pedestal e sai por aí para vender seus livros. Depois porque minha poesia fala a linguagem da minha geração e fica mais fácil uma pessoa jovem se identificar com as coisas que escrevo.

ORGANIZADOS

Por isso, diz, Touchê, ele não mais frequenta bares de "pessoas aburguesadas", preferindo o Clube do Choro, o Bar da Terra ou o próprio Café do Bexiga. Mas o que mais interessa são os colégios onde vai participar de debates, fazer recitais de poesia e vender seus livros. E pretende, talvez, partir para um mercado quase virgem: as cidades do interior. "O Mano, que é um pioneiro neste tipo de trabalho e só vive disso, está partindo para o Interior, que é um mercado onde as opções para o consumidor são menores."

Os poetas são os mais organizados dentro deste novo circuito. "A gente está sempre em contato com os poetas de outros Estados, inclusive para mandar e receber e transar distribuição dos livros que cada um edita. Hoje, já existem algumas editoras como a Sanguinovo, a Alternativa e a Cooperarte, interessadas em editar e distribuir apenas obras de poetas independentes." (Cristina Mucci).

A literatura de cordel continua o grande sucesso editorial brasileiro

Olha a briga do sapo com o boi!

CRISTINA MUCCI

Entre os livreiros, há quem diga que há apenas 50 mil leitores no Brasil. A estimativa, no entanto, não leva em consideração um vasto mercado, bem antigo por sinal: o do livro de cordel ou folheto, como seus consumidores preferem chamar. Com uma tiragem quase sempre superior a 10 mil exemplares — uma quantidade considerável neste País, onde a média das edições gira em torno de 3 mil —, o folheto, literatura tradicional do Nordeste, vem acompanhando a trajetória dos migrantes e, hoje, seu mercado se espalha por todo o Brasil.

O cordel surgiu com as primeiras tipografias no Nordeste, no final do século passado, fruto de uma tradição antiga de contadores de histórias e cantadores populares. Marlise Meier, professora da USP e da Unicamp, vem se dedicando, há anos, à divulgação da literatura de cordel. Ela conta que a iniciativa de imprimir os folhetos foi de um poeta paraibano, radicado em Pernambuco, Leandro Gomes de Barros, que aproveitou o tempo ocioso das gráficas impressoras de jornais. Leandro, a partir disso, sustentou sua família produzindo e vendendo seus folhetos nos mercados, trens, botequins ou em sua própria casa.

Produzidos inicialmente na Paraíba e Pernambuco, logo surgiram poetas por todo o Nordeste, que financiavam a impressão de seus folhetos e montavam suas banquinhas nas feiras, narrando as desventuras amorosas de uma princesa, a vida de Jesus, as desgraças da seca, as peripécias de um cavaleiro medieval, os milagres do Padre Cícero.

— O interessante é que, neste tipo de literatura, o produtor pertence à mesma classe do destinatário. Muitas vezes o autor é, ele próprio, semi-alfabetizado — comenta Marlise Meier.

Segundo ela, o público do cordel é geralmente analfabeto ou semi-alfabetizado, o que torna indispensável que o vendedor cante toda a história ou, pelo menos, trechos para que possa efetuar a venda. O que seria, de acordo com a professora, uma das razões do sucesso dos folhetos: "A articulação da linguagem oral com a forma impressa."

O leitor — recitador de cordel — é uma tradição da zona rural nordestina. Nas cidades, o próprio vendedor — o folheteiro — se encarrega da cantoria, sempre cercado por curiosos. A técnica de venda, conhecida como "retranca", é interrompe a narrativa no momento mais emocionante da história. Assim, o ouvinte tem que comprar o folheto para saber o desenlace.

O CIRCUITO COMERCIAL

— O mercado do cordel não tem paralelo nos meios cultos. Tanto isto é verdade que foi se estabelecendo, de forma artesanal no Nordeste, um circuito comercial completo e eficiente de impressão, distribuição e venda dos folhetos. Em 64, existiam, da Bahia ao Ceará, 17 editoras de cordel. São gráficas pequenas, mas seu movimento editorial supera muitas vezes a produção de editoras maiores. O mínimo para a tiragem de um folheto são 10 mil exemplares, podendo alcançar 50 mil. Sem contar as várias reedições dos sucessos. O folheto sobre a morte do Getúlio chegou a vender um milhão de exemplares.

Neste circuito, o distribuidor e o folheteiro têm um papel importante. Segundo Marlise Meier, é difícil tentar se estabelecer limites precisos dentro do circuito do folheto. "Às vezes, a própria tipografia faz a distribuição de seus folhetos. Existem, também, comerciantes que montam distribuidoras, comprando nas tipografias folhetos de vários autores para vender aos folheteiros.

— O poeta tanto pode negociar seu texto com a editora como vender, ele próprio, o folheto nas feiras do Nordeste. O mercado de cordel é tão grande, que permite ao folheteiro viver apenas da venda do folheto.

MUDANDO COM O TEMPO

O universo do cordel vem sofrendo profundas modificações desde a década de 60. "Hoje, o nordestino vive em todas as regiões do País, e o cordel se tornou um fenômeno brasileiro. Além disso, surgiu uma clientela intelectual de cordel. Algumas universidades do Nordeste estão editando folhetos e a Secretaria de Cultura do Rio de Janeiro reeditou a obra de alguns poetas, como Paulo Teixeira de Souza, o trovador carioca, com o título de "Cordelistas do Grande Rio".

Espalhados por todo o Brasil, produtores e consumidores foram criando seus pontos de encontro. No Rio, é famosa a feira de São Cristovão. Em São Paulo, o Brás e, mais precisamente, o Largo da Concórdia transformou-se em ponto de venda de literatura de cordel. Em feiras, como as de Guarulhos e Praça da República, é comum poetas cantando seus versos para um público de migrantes nordestinos, estudantes e famílias da classe média paulista.

Mas a expansão geográfica do mercado do cordel coincidiu também com a crise econômica brasileira, que afetou tanto produtor como consumidor.

— "Hoje, o mercado do cordel atravessa uma crise financeira. As tipografias, em geral pequenas, não têm capital de giro e os custos de impressão subiram excessivamente. A tipografia de José Bernardo da Silva, de Juazeiro de Norte, no Ceará, uma das maiores editoras de cordel, está trabalhando com capacidade ociosa e passou a publicar, também, bentinhos, orações, almanaques, canções e horóscopos. O maior problema é que os editores não querem mais arriscar, reeditando apenas os sucessos. Além disso, o preço dos folhetos, em torno de Cr$ 20,00, não está mais acessível ao bolso de todo mundo.

O GRANDE DO CORDEL

Mas as dificuldades econômicas não significam que a indústria do cordel esteja desaparecendo. Ao contrário, a maior editora de folhetos do Brasil, a Luzeiro Editora Ltda. com sede em São Paulo, é uma indústria moderna e ativa, pouco lembrando as técnicas artesanais do cordel tradicional.

A Luzeiro Editora não é nova, apenas mudou de nome. Segundo seu proprietário, Arlindo Pinto de Souza, seu pai já tinha uma tipografia em São Paulo, no começo do século, e editava cordel e modinhas em folhetins avulsos. Arlindo fundou a Editora Prelúdio, que depois passou a se chamar Luzeiro, mas faz questão de dizer que não comprou o nome da famosa Luzeiro do Norte, de propriedade de João José da Silva. "A Luzeiro do Norte já havia fechado quando minha firma passou a se chamar Luzeiro Editora. Aliás, eu nem me lembrei da possível semelhança ao escolher este nome.

A Luzeiro inovou a impressão dos folhetos. Sua forma está mais próxima do livro propriamente dito e a capa, ao invés da tradicional xilogravura impressa em preto e branco, são desenhos coloridos. Muitos resistem a esta mudança, afirmando que o formato e a capa fazem parte da tradição autêntica da literatura de cordel. Arlindo, ao contrário, diz que tanto poetas como consumidores preferem as capas coloridas, e que este formato tirou do cordel o aspecto de sub-literatura.

A Luzeiro imprime cerca de 12 títulos novos por ano, com tiragens mínimas de 10 mil exemplares. A Editora compra os direitos definitivos dos autores e tem um esquema montado de distribuição por todo o Brasil. ■

São Paulo ainda tem poucas bibliotecas, apesar de algumas novidades no setor

Biblioteca, um produto em falta

DENISE RIBEIRO

Qualquer discussão sobre as dificuldades do mercado editorial brasileiro acaba sempre por retomar a polêmica sobre o hábito de leitura da população — principalmente a de baixa renda —, e o acesso que ela tem ao livro. Seu poder aquisitivo não permite a extravagância da inclusão de best seller na relação de compras mensais. Mas caso isso fosse possível — e se esse brasileiro não fosse semi-analfabeto, será que ele passaria a ler mais, a frequentar bibliotecas?

Luís Augusto Milanesi, professor do Departamento de Bibliotecas Públicas da USP e autor do livro "O Paraíso Via Embratel", afirma que não, e aponta nosso processo histórico como culpado pelo fato. O professor explica que o Brasil é um País que passou quase diretamente do analfabetismo para a expansão da indústria cultural. "No começo deste século — afirma ele — o índice de analfabetismo chegava próximo dos 100%. Hoje, a rede Globo atinge quase toda a população. Analfabeto vê tevê. Na Europa, houve quatro séculos de livros antes da televisão. É por isso que biblioteca pública brasileira caça usuário."

Já a diretora do Departamento de Bibliotecas Públicas de São Paulo, May Brooking Negrão, garante que o brasileiro gosta de ler, "basta que seja incentivado". May conta que é surpreendente o número de pedidos que recebe para a implantação de bibliotecas, em bairros que não as possuem. A solução, enquanto não chega a biblioteca, é a instalação de caixas-estantes, compostas de livros escolhidos pela própria comunidade, que também as administra.

Atualmente, a cidade possui 30 caixas-estantes, espalhadas por paróquias, casas de idosos, conjuntos habitacionais, sociedades amigos de bairros e até no presídio feminino. Elas têm uma capacidade média de 90 livros, renováveis periodicamente. May Negrão explica que os assuntos variam de acordo com os interesses da comunidade e que as donas-de-casa preferem livros de primeiros-socorros, puericultura, trabalhos manuais (como forma de aumentar a renda familiar) e romances.

Mas apesar do gosto variado, em quase todas as caixas-estantes, os livros mais consumidos são os de literatura. No presídio feminino, por exemplo, a grande maioria das leitoras pede Simone de Beauvoir, Erico Veríssimo, Júlio Cortázar, Mário Vargas Llosa e Jorge Amado.

CAIXAS-ESTANTES

Além das caixas-estantes, que são restritas a grupos organizados, a população da periferia, que não tem acesso às bibliotecas públicas, utiliza-se do carro-biblioteca. Implantado em junho de 1979, após um ano de atividades, ele já havia emprestado 27 mil livros a crianças e adultos. "O consumo está muito bom, para um carro que passa apenas duas vezes por mês no mesmo lugar", argumenta May.

E os lugares por onde a kombi passa são bastante diversificados. Durante duas horas e meia, ela pode estar estacionada numa praça do Parque Edu Chaves, no ponto final do ônibus Jardim Helena ou na estrada São Paulo-Rio, altura do n.º 14.500. Os habitantes desses bairros são informados do dia e a hora em que o carro-biblioteca vai servi-los e sabem que ele só passará ali, de novo, depois de duas semanas.

BIBLIOTECAS PÚBLICAS

"O povo não pede obras suntuosas e grandiosas. O povo pede serviço. Isto é mais evidente ainda em relação às bibliotecas públicas". A afirmação é do secretário de Cultura do Município, Mário Chamie, que, baseado nesse princípio, resolveu mudar o conceito de prestação de serviços através de bibliotecas. Em um ano de administração, ele construiu cinco bibliotecas ramais e sub-ramais, para se unirem às 12 que a cidade conseguiu ganhar em 45 anos anteriores.

Essas 17 bibliotecas públicas são dirigidas a um público adolescente-adulto, ficando a serviço do público infanto-juvenil, 24 outras bibliotecas. Todas elas são mantidas pela Prefeitura, e esse ano terão uma verba de Cr$ 72 milhões para desenvolver projetos e atividades.

A nova política cultural do secretário consiste em transformar casas e lojas alugadas em bibliotecas sub-ramais. Essas pequenas bibliotecas começam com um acervo mínimo de 6 mil volumes, composto de obras indispensáveis, e crescem mensalmente com os 300 títulos que a Prefeitura adquire — entre lançamentos e best sellers — para todas as bibliotecas.

Segundo Mário Chamie, "o grande prédio, dentro de uma concepção monumentalista de biblioteca, e pela sua complexidade interna administrativa, presta um serviço aquém e mínimo em relação à sua grandiosidade". Ele cita o exemplo da biblioteca Presidente Kennedi, em Santo Amaro, que, com seus 4.050 metros quadrados de área construída, atende menos ao público em termos de consulta do que a pequenina biblioteca de São Miguel Paulista com seus 120 metros quadrados de área construída.

Para o secretário, biblioteca não é um monumento inacessível, nem um lugar só para ler livros, mas, principalmente, um espaço de uso comunitário. Nas novas bibliotecas há postos de informação, sala de lazer e datilografia e, em todas elas, atividades culturais e cursos diversos.

SÓ ESTUDANTES

De acordo com o professor Luís Milanesi, "o brasileiro, mesmo sendo alfabetizado, ainda não aprendeu a ler. As pessoas que aparecem nas bibliotecas são aquelas cujos professores exigem que leiam José de Alencar ou façam uma pesquisa sobre o Duque de Caxias".

De fato, a maioria dos usuários das bibliotecas públicas é formada por estudantes. Na biblioteca Mário de Andrade, a frequência média diária é de 1.100 leitores. Destes, quase 75% são estudantes, porcentagem que chega a 80% nas bibliotecas ramais.

Mas caçando usuários ou não, a realidade é que há muitos bibliotecários no mercado, quase todos empregados. Para Milanesi, o crescimento dos cursos de Biblioteconomia deve-se à "estratégia de desenvolvimento que a sociedade brasileira, através de seus atuais dirigentes, estabeleceu".

O professor afirma que o bibliotecário não é formado para trabalhar com os setores mais carentes, ou seja, nas bibliotecas públicas que, na teoria, teriam condições de democratizar a informação; nem para incrementar as bibliotecas escolares. "Basicamente — diz ele — são formados bibliotecários para operarem os grandes sistemas de informação, aqueles centralizados na transferência de tecnologia. Tanto é assim que as grandes bibliotecas especializadas são da área de engenharia e energia nuclear." ■

Para alguns pais, existe uma "máfia do livro didático" forçando a obsolescência anual

O roubo didático

REGINA NASCIMENTO

A delegada de Ensino do MEC, Dalva Soutto Maior, não vai falar como representante de um ministério público, mas como mãe:

— É fundamental que o livro didático sirva a mais de um estudante, pelo menos por um período de dois anos. Senão, a maioria da nossa população carente não tem condições de manter os filhos na escola.

Agora, falando como delegada de Ensino do MEC:

— É parte integrante do programa deste Ministério a abertura do "Banco do Livro", com o uso obrigatório do mesmo livro por mais de um aluno. Essa providência, porém, ainda não foi colocada em prática.

Por enquanto, continua a ser utilizado o livro consumível, com exercícios a serem respondidos no próprio volume, inutilizando-o para o uso de outro aluno. A prática pode ser pedagogicamente boa — admite Dalva Souto Maior —, mas é inviável para uma população pobre como a nossa, cujas famílias têm mais de três filhos, em média.

A prática em relação ao livro didático que o MEC pretende adotar no Brasil — no momento em caráter experimental no Colégio Porto Seguro — é semelhante à utilizada na Itália.

O professor Carlo Ricomimi, italiano de passagem por São Paulo, conta que em seu país "havia muita corrupção e interesses imediatistas e paralelos na adoção de um livro didático. Eram benefícios, amizades, comissões. Quando a situação chegou a um ponto crítico, foram criados conselhos formados pelos órgãos oficiais de ensino, diretoria de colégios, professores e representantes dos pais. Hoje, após selecionado pelo conselho educacional, o livro didático é submetido à apreciação de todos esses elementos. Este método é rigorosamente seguido e fiscalizado, evitando-se uma comercialização desleal do livro didático".

Em linhas gerais, a política italiana assemelha-se à pretendida pelo MEC. Hoje, oficialmente os autores e editores devem entregar seus trabalhos para apreciação do ministério, área de ensino do 1.º e 2.º graus. Após prévia análise, os livros são encaminhados às secretarias estaduais de Educação, onde é feita a seleção final. Em seguida, os livros são editados pela Fename. 10% deles são distribuídos gratuitamente e o restante vendido a preço de custo.

CULPA DO ALUNO

Lilian Fernandes, professora secundária, confessa que "utiliza o livro consumível por ser a melhor maneira de ensinar com economia de tempo. Dou 27 aulas por semana. Não tenho tempo para estar preparando aulas e corrigindo cadernos. O livro já trás os exercícios previamente pesquisados e selecionados. São de bom nível e facilitam a correção, que é feita em classe pelo aluno. Então, por que não aproveitar esta facilidade, quando o professor mal tem tempo para olhar seu filho?"

Lilian é professora numa escola de periferia, na Zona Oeste, e diz que nunca soube de "coação, presentes ou comissões das editoras para que este ou aquele livro fosse o indicado". Ela também não julga o livro didático "tão caro que não possa ser comprado pelo aluno", pois eles gastam bastante dinheiro com "refrigerantes, cinemas e futebol".

Sérgio Couto, gerente de produção e editorial da Editora Moderna, também acha que o livro é uma "das coisas baratas deste País, se pensarmos que é manuseado durante o ano todo e pode ser aproveitado por mais de um estudante". Segundo ele, a razão do sucesso de sua editora é a preocupação com a qualidade de seus livros, cujas edições podem ser utilizadas pelo menos cinco anos.

"Claro que não falo do livro consumível. Há outras opções. Temos o livro convencional, o consumível e a edição com caderno de exercícios. Não fazemos qualquer pressão junto aos professores para comprar este ou aquele livro. Nossos representantes apenas visitam os colégios e entregam a nova edição para conhecimento e apreciação do professor. A escolha fica a seu critério. 80% de nossas vendas são diretamente aos livreiros. 20% a colégios e professores.

"O estudante da classe média, o grosso de nossa clientela — explica Sérgio Couto — sofre influência de toda a máquina da sociedade de consumo. Não quer um livro usado. E como roupa. Ele não aceita a do irmão mais velho. Depois, o estudante de hoje pouco está ligando para economia. Não se preocupa com isso, os pais fazem todo o sacrifício e dão o que eles querem, mesmo quando seu poder aquisitivo é baixo".

"Se você colocar meu nome e me causar problemas desminto tudo", garante o livreiro da av. São João, que tem opiniões divergentes das anteriores. Para ele, há uma "verdadeira máfia do livro didático".

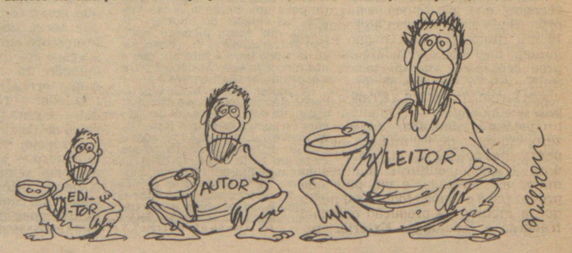
Ele deixou de trabalhar com livros didáticos no ano passado. "O prejuízo era muito grande. As editoras só recebem 10% do encalhe. O pedido é feito com antecedência. E as edições só mudam a cor da capa ou a posição da matéria. O conteúdo é o mesmo. Só que ao vir comprar o livro o consumidor quer a edição do ano. E como fica o estoque? Além disso, há editoras que vendem diretamente ao consumidor."

Maria Tereza Laghe, marido engenheiro, tem oito filhos espalhados do primeiro grau à universidade.

"Nestes 15 anos nunca aproveitei um livro. Em geral, o colégio indica novos livros todos os anos. Quase todos foram comprados dos professores com desconto. Só de livros iguais de Geografia (Aroldo de Azevedo) e matemática (Sangiorgi) tenho uma pilha das mesmas séries".

Maria Tereza assegura que "às vezes nem há modificações nos livros". Outros mudam apenas a capa ou a paginação, mas o professor insiste em livro novo. Ela fica irritada com o assunto "livro didático".

"É absurdo esses livros com exercícios a serem preenchidos no próprio livro. Para mim, é uma forma de se vender mais, uma vez que o livro só pode ser aproveitado por um único aluno. É o livro descartável. Use e jogue fora. A classe média está sufocada — já nem falo do pobre — a classe média não poderá dar estudo a seus filhos. Os colégios estão caros, o material escolar também. Então, é preciso economizar, onde se pode. E aproveitar o livro como se fazia é uma solução. Pequena, mas é". ■



A crise não é de livros

Como em todas as demais crises neste País, de repente também começou a se falar neste início de ano de dificuldades no setor editorial. Reclamam editores, queixam-se livreiros, lamentam-se leitores. E o País continua a sua história antiga de total indiferença a qualquer projeto cultural — o que seria pedir muito, quando nos falta, antes, um projeto de Nação. Entretanto, esse debate sobre o problema do livro no Brasil tem um sentido muito objetivo de derrubar alguns mitos em torno do assunto, além de questionar um velho lugar comum, segundo o qual o brasileiro é um povo que não lê. Coordenado pelo historiador Carlos Guilherme Mota, autor do polêmico "A Ideologia da Cultura Brasileira", este debate reuniu os seguintes convidados: Ecléa Bosi, chefe do Departamento de Psicologia Social e do Trabalho da USP (autora de "Leituras Operárias"); os editores Caio Graco Prado (Brasiliense), José Santa Cruz (Duas Cidades) e Thomaz Aquino Queiroz (T.A. Queiroz); e Mário Fitipaldi, presidente da Câmara Brasileira do Livro e do Sindicato Nacional dos Editores de Livros.

CARLOS GUILHERME MOTA — Fala-se, mais do que nunca, em crise no mercado editorial e no mercado livreiro. Parece claro que esta crise sempre houve. Por outro lado, são múltiplas as questões conexas que vão desde a distribuição às velhas afirmações, provavelmente falsas, de que o brasileiro é um povo que não lê. Em suma, há toda uma mitologia em torno da questão que valeria a pena ser reavaliada de maneira crítica e direta.

Temos três perguntas, muito simples, a propor. A primeira: se essa crise do livro no Brasil existe de fato, quais as suas características? A segunda questão, quais as saídas? E terceiro lugar, colocaríamos questões mais gerais sobre, por exemplo, a problemática das co-edições, a questão dos livros didáticos ou, ainda, a questão da crítica e do espaço cultural que os jornais abrem para o debate que poderia favorecer e ampliar a política dos livros no Brasil.

Vamos, então, à primeira rodada para tentar caracterizar esta crise, se ela existe de fato.

THOMAZ AQUINO DE QUEIROZ — Sendo o primeiro a falar, minha obrigação seria, talvez, fazer uma tentativa de análise global do que se chama crise do livro no Brasil. Eu inicio dizendo que a nossa crise é simplesmente uma crise de crescimento. O Brasil possui hoje uma indústria editorial bastante desenvolvida. Poucos, aqui, talvez saibam que o Brasil tem hoje a segunda indústria editorial nas Américas. Aquela lenda de que México, Argentina, Canadá, etc, deixariam nosso País muito distante em termos de produção editorial, é apenas uma lenda. O Brasil não fica muito a dever a países tidos como bastante desenvolvidos, com uma tradição editorial muito mais longa do que a nossa. Eu posso até dar alguns números.

Em 1979, que são os dados mais recentes que nós temos, estávamos produzindo alguma coisa ao redor de 12 mil títulos por ano, o que é um número bastante significativo, e uma produção física de perto de 240 milhões de exemplares por ano. Para vocês terem uma idéia, a França é um país que há muitos anos mantém uma produção estabilizada, crescimento zero, em torno de 400 milhões. Se nós pensarmos que a França é um país de uma tradição cultural muitíssimo maior e, sobretudo, é um país que produz para o mundo todo, a tal ponto que a metade da produção editorial francesa é vendida no Exterior, podemos facilmente concluir que o Brasil com seus 240 milhões de exemplares vendidos quase que totalmente apenas no mercado interno a conclusão é fácil.

Portanto, o que enfrentamos é uma crise de crescimento. Nós temos dificuldades, como os problemas de distribuição. Não a distribuição física que é uma operação relativamente simples, de fazer o livro chegar até a livraria, esteja ela onde estiver. O problema é falta de livrarias. Nós temos um número de livrarias relativamente pequeno. Digo relativamente pequeno porque nós temos muitos mitos no Brasil, como esse de dizer que só Buenos Aires dispõe de 2.000, 2.500 livrarias, quando isso não é verdade. Eles têm, sim, dois mil e tantos pontos de venda.

De qualquer modo, nós temos perto de 500 livrarias, registradas como tais. A Inglaterra, que é um dos grandes produtores de livros do mundo, tem 400 livrarias — é verdade que são livrarias frequentemente maiores do que as nossas e melhor organizadas, mais profissionalizadas, enquanto as nossas livrarias, talvez por serem jovens, como as nossas editoras, não se profissionalizaram ainda; elas compram mal e, portanto, vendem mal.

Temos no Brasil perto de 400 editoras, todas elas ativas, trabalhando com dificuldades, desde as pequenas, minúsculas, médias, até as grandes editoras. De modo que a crise que enfrentamos é uma crise, em grande parte, inventada; é uma crise natural, decorrente de um crescimento. É uma dificuldade que qualquer indústria, qualquer setor enfrenta num período de crescimento e, sobretudo, num país como o Brasil que enfrenta hoje problemas sérios na área econômica.

JOSÉ SANTA CRUZ — Tudo o que o Thomaz disse me parece absolutamente certo e objetivo; por isso, eu endosso. Estou convencido, pessoalmente, de que não existe crise do livro, nem de livrarias, nem de editores. É claro que num contexto de crise geral, os seus efeitos nos atingem também. Mas sou levado a considerar o aparecimento de pequenas editoras, hoje, como um sinal de vitalidade, apesar de saber que muitas talvez não consigam sobreviver. E é possível, também, que dadas as dificuldades de distribuição, o aparecimento de um grande número de editoras de três ou quatro anos para cá tenha provocado uma oferta talvez um pouco excessiva, um pouco exagerada.

Confesso, na minha posição de editor e de livreiro, um certo receio de que esse grande número de pequenas editoras publicando muitas vezes as mesmas coisas, os mesmos assuntos e quase que os mesmos títulos, tenha inflacionado um pouco o mercado. É possível. Não sei, como eu disse há pouco, se essas editoras pequenas conseguirão sobreviver.

Mas, eu acho que, de maneira geral, não há crise do livro. Existe uma procura muito grande e creio que televisão não afeta absolutamente o ato da leitura — esse é mais um mito. O número de pessoas que lê, que procura as livrarias, é cada vez maior, sobretudo entre os jovens, de 30 anos para baixo. Agora, acontece que o livro é caro, ainda que não o seja se comparado a outras coisas. O fato é que nós, editores, não dispomos absolutamente de meios para competir com qualquer tipo de publicidade, que é carríssima. Nós não temos dinheiro para enfrentar o custo da publicidade, e, por isso, muitas vezes uma obra muito importante que a gente publica é desconhecida do grande público.

Há crise ou não há crise? A pergunta permanece

Uma coisa gravíssima, do ponto de vista do editor, é que de um lado ele não dispõe de dinheiro para competir com o custo da publicidade e, de outro lado, como eu acho que uma editora presta um serviço cultural, ela não dispõe de veículos ou de canais gratuitos para, não digo elogiar as suas edições, mas pelo menos noticiar, informar o público de que se editou, por exemplo, um determinado livro sobre novas concepções da medicina no mundo de hoje. A gente, de repente, fica sabendo desses lançamentos por uma casualidade ou porque o editor teve a chance de ver o seu livro desenhado por um jornal.

CAIO GRACO PRADO — Gostaria de acompanhar o otimismo dos colegas, mas eu tenho outros dados. Eu acho que existe uma crise, mas não uma crise dos livros e sim uma crise dos editores. O Thomaz falou da atuação da indústria editorial brasileira em 1979. Através do "Leia Livros", que faz a contagem mensal, em 79 publicou-se praticamente o dobro de títulos do que 78 (eu não conto aqui livros didáticos). Em 1980,no primeiro semestre, comparativamente ao primeiro semestre de 79, aumentou-se ainda o lançamento de livros em 50% e iniciou-se a crise. Em primeiro lugar, pelo excesso de livros sobre os mesmos assuntos, sobre os mesmos temas, basicamente dirigidos ao mesmo público já conhecido e explorado. E terminamos o ano de 80 com apenas 13% a mais de livros publicados do que em 79, portanto, diminuindo violentamente o ritmo das edições durante o final do ano passado. Em 1980 foram lançados, em janeiro, 260 títulos. Em janeiro de 81, 106 títulos, pouco mais do que a terça parte. Isso é crise. Mas é uma crise de editor e não de livros.

Quero citar aqui dois acontecimentos que eu julgo de extrema importância, ocorridos no final do ano passado, de um dos quais eu sou protagonista e, de outro, sou observador. Subitamente, dentro desta dificuldade de venda de livros, lançamos uma coleção, "Primeiros Passos", no começo do ano passado. Essa coleção se dirigia a um público de grau universitário, produto de um ensino cada vez pior nas escolas e que, a nosso ver, estaria disposto a querer saber de alguma coisa. O subtítulo dessa coleção era: "Saibam do que estão Falando". ▸

Muito bem, foi — eu acho — e continua sendo, um dos maiores sucessos editoriais neste País desde que eu me entendo como editor faz 30 anos. Acho que isso é motivo para reflexão.

O segundo fenômeno observado no ano passado foi o lançamento, pela Editora Nova Fronteira, do Rio, de livros de idéias, romances de idéias, alcançando um sucesso extraordinário. Nós tivemos Thomas Mann, "Montanha Mágica", reeditado depois de 20 anos e que se manteve "best seller" durante dois meses neste País em que "não se lê" — e era um livro que custava oitocentos cruzeiros, com quinhentas e tantas páginas. E temos assistido, de oito a dez meses para cá, a uma série de lançamentos dessa mesma editora que descobriu os livros de idéias.

Então, quando eu chamo a esta, de uma crise de editor, em primeiro lugar. Nós nos entusiasmamos com o nosso próprio otimismo e começamos a lançar livros de qualquer jeito, aos montes. Dezenas de pequenas e médias editoras lançando livros de qualquer forma, dentro de uma onda de abertura que, no começo, efetivamente funcionou, mas que se saturou rapidamente. Por outro lado, esses dois exemplos citados mostram que existe um público novo.

THOMAZ AQUINO — O Caio Graco se referiu a estatísticas levantadas pelo "Leia Livros", um jornal excepcionalmente interessante, útil para nós todos. Eu diria apenas que temos um organismo oficial, o Sindicato Nacional dos Editores de Livros, que com muita dificuldade tenta chegar a uma coleta de dados precisa e, se possível, definitiva para efeito de estudos e de análise. E é difícil, muito difícil. O Caio Graco tem tentado, acredito também que com muita dificuldade, mas esses dados que ele apresenta são apenas parciais, é claro, porque nem todos editores devem mandar os seus livros para registro como, infelizmente, muitos continuam não enviando nem mesmo ao Sindicato. Assim, os dados que eu citei, de produção de perto de doze mil títulos por ano e 240 milhões de exemplares, são os dados que nós temos, digamos, oficiais: nele nós devemos nos basear para qualquer análise, para qualquer conclusão, para qualquer estudo.

"Seria ingênuo supor que um país em crise econômica tivesse uma indústria do livro imune"

CAIO GRACO — A verdade é que os dados do Sindicato são projetivos, são muito mais vagos do que os nossos. No "Leia Livros" recebemos talvez 70% das publicações, mas nós temos uma pesquisa, através da Livraria Brasiliense, diária e permanente, excluindo livros didáticos e publicações não vendidas em livraria. Os dados do "Leia Livros" não tem dez por cento de erros, hoje.

THOMAZ AQUINO — Eu tenho informações de que entre 70 e 80% dos editores do Brasil fornecem os dados para a composição da estatística do Sindicato. E não são dados projetivos, são dados colhidos em estatística objetiva. O Caio Graco deu dados de crescimento de 50% de um ano para o outro, quando os dados do Sindicato têm mostrado um crescimento anual da ordem de 10%, que está perfeitamente de acordo com a realidade do País, em todos os setores industriais. E um crescimento, aliás, altamente positivo de 10% ao ano.

CAIO GRACO — Dez por cento em número de títulos ou livros?

THOMAZ AQUINO — De títulos e livros, de produção física.

CAIO GRACO — Eu acho que você está enganado.

CARLOS GUILHERME MOTA — Vejo que o tema é realmente candente, de tal forma que eu passo a palavra ao Mário Fitipaldi para fixar sua posição que, de certa maneira, deve ser também a posição da Câmara Brasileira do Livro. Pediríamos, também, ao Mário que ele nos dê o perfil do leitor brasileiro, tema de alguns de seus estudos.

MÁRIO FITIPALDI — A título de informação, quero dizer que se faz uma confusão muito grande quanto à estatística do "Leia Livros", cujo trabalho é louvável, mas não é estatística, é bibliografia. O Sindicato dos Editores faz uma estatística da produção editorial. Portanto, não tem nada a ver uma coisa com outra.

Voltando ao assunto em foco, que é o da crise, eu começaria dizendo que existem em nosso País duas crises do livro e não uma crise apenas. A mais visível, que nos afeta no momento, é a mesma crise que está afetando a economia do País. Seria ingênuo supor que um país afetado na sua contextura econômica pela crise que nós conhecemos, tivesse uma indústria do livro imune. Vamos dar a essa crise o nome de crise sazonal, perfeitamente superável — estou de acordo com o Thomaz de que não há motivo algum pra pessimismo.

Mas há um outro tipo de crise na indústria do livro, que é o que poderíamos chamar de crise estrutural. Temos uma produção atual de 240 milhões de livros, o que dá uma relação de dois livros anuais por habitante. Mas, desses 240 milhões nós temos que deduzir, do volume físico de produção, quase 70% de livros didáticos nos três níveis...

THOMAZ — São 100 milhões.

MÁRIO FITIPALDI— Então 50%, pouco mais de 100 milhões, vamos pela última estatística do sindicato. São números só para dar uma ordem de grandeza, mesmo porque, estou citando de memória esses números. Há uma outra produção muito grande de literatura de consumo, de coleções de crediário, cujo volume físico é muito grande, que são vendidas de porta a porta. De sorte que o livro que nos interessa, para essa discussão, que é o livro que vai para a livraria — ficção e não ficção — deve estar resumido a entre 15 e 20% deste total da produção.

A verdadeira questão é que temos que partir do princípio que esta produção sustenta uma indústria editorial florescente, cuja produção, em volume físico, é muito superior à da Argentina e México, que eram os dois grandes produtores. A questão é saber, partindo-se do princípio de que a massa de leitores no Brasil é um percentual muito pequeno, que indústria do livro fabulosa poderíamos ter se esse potencial de leitores fosse aumentado, se colocássemos no rol de leitores em potencial a grande massa de cidadãos no Brasil que não lêem ou não têm acesso à cultura.

Este é o âmago da questão. Saber por que há uma massa grande de não-leitores e saber como se pode fabricar leitores dentro dessa massa. E sabido — e nós temos à nossa disposição uma bibliografia extensa a respeito — que só se pode fabricar leitores a partir da criança. O mundo inteiro sabe disso. E os país são o fator primordial desta fabricação, vamos dizer assim, de leitores. Há um trabalho meu, que saiu na "Leia Livros" há cerca de três anos, que mostra, por exemplo, que em Minas Gerais o estudante está inserido num contexto familiar que lhe é muito inferior, como regra geral. De

Mário Fitipaldi e Carlos Guilherme Mota

sorte que ele não pode esperar que lhe venha este tipo de incentivo de dentro da família. Cito isto só para colocar a questão em debate. Depois podemos analisar também os dados sobre a influência da pobreza do País na questão do livro.

Temos um dado aqui muito interessante. De cerca de 4 mil municípios brasileiros 48% são aquilo que nós chamamos de município zero. O município zero é aquele onde não existe nenhuma forma de manifestação cultural, sequer cinema, onde o professor para dar uma aula só dispõe de dois instrumentos, quadro negro e giz, nem sequer de livros.

Mais ainda. Na região Centro-Sul, que é chamada a mais rica do País, 31,9% dos municípios são municípios zero. Portanto, não estamos pensando em termos de livraria na avenida Paulista, pois essa nós sabemos que funciona. Mas o quadro geral no País é contristador.

"As livrarias com vitrinas atraentes não estão no caminho dos trabalhadores"

CARLOS GUILHERME MOTA — Passo a palavra à professora Ecléa Bosi sugerindo que nos ofereça algum outro ângulo que não seja este mais convencional do mercado. A tese se o operário lê ou não lê, por exemplo, ou como se dá a leitura no meio operário.

ECLEA BOSI — O livro tem uma natureza muito diferente dos outros meios de comunicação, porque o leitor é que o procura, sendo obrigado a fazer um ato de vontade, pelo simples gesto de entrar numa livraria. Então, a motivação é muito maior. Diz um grande entendedor, que a leitura não é um simples ato de conhecimento, mas uma experiência que compromete o leitor. O segredo da leitura, como um meio de comunicação, é esse compromisso, essa opção do leitor.

O leitor popular lê o que encontra. Então, a característica da leitura popular é a inflexibilidade, a disparidade dos livros que chegam ao leitor. As livrarias com vitrines atraentes não estão no caminho dos trabalhadores, portanto, quando um deles chega a ir a uma livraria a opção é muito mais forte. Entrevistando operárias, em São Paulo, fiquei espantada em saber que os livros mais procurados por essas mocinhas eram os de conhecimento; os de ficção vinham em segundo lugar, e, depois, os de religião. A poesia ocupa um honroso quarto lugar, e depois aventura, mistério, etc.

Sobre poesia, as operárias de uma linha de montagem estavam dando horas de duro trabalho para se cotizarem e comprarem Castro Alves em vários volumes, naqueles moldes de capa dura, letra dourada, um livro de aparência que impressione. Essas operárias compram seus livros, vendidos por uma perua kombi, que comumente aparece nas portas das grandes indústrias de São Paulo. Essa perua, nas horas de intervalo, na hora do almoço ou na saída expõe a sua mercadoria. Eu li a lista de encomendas do dia e conversei com o livreiro que me disse que, de fato, os livros mais vendidos eram os de Ciências, Português, Aritmética, livros que aumentavam o conhecimento. Eu quis saber qual era o livro mais procurado dos últimos dias. Então, ele me mostrou um livro de educação sexual em três volumes, com uma aparência vistosa, que as mocinhas de fábrica estão lendo muito, o que é natural, pois são moças na idade de casar. Eu li o livro, nada havia ali que trouxesse algum conhecimento sobre a vida sexual. Era uma coleção de casos sensacionais, escritos numa linguagem ruim. Procurei saber de onde veio esse tipo de livro e soube que o livreiro da perua vai às editoras e compra os refugos, livros sem capa, que ele pode encadernar.

MOTA — Nesse sentido, Ecléa, eu lhe pergunto: há uma crise ou não?

ECLEA BOSI — A pergunta, de fato, é: por que o operário não lê? Ou, por que as classes populares lêem menos do que se espera? As causas são várias: em primeiro lugar, o isolamento social das classes trabalhadoras, que vivem segregadas das outras pessoas da sociedade, curvadas sobre a matéria que elas transformam. E essa segregação do trabalhador é um fenômeno universal. Jornada longa e intensa, transporte difícil, moradia distante, falta de lazer, de bibliotecas em bairros e o salário gasto na sobrevivência.

Uma causa importante também é o desenraizamento cultural do migrante. Arrancado de seu lugar, de sua gente, de sua vizinhança, de suas festas e até da sua maneira de louvar a Deus, ele perde — ao perder a tradição do seu passado — o poder de sonhar com o futuro. É um homem sem raízes. Aqui ele não é mais um criador de cultura, ele é um consumidor passivo. Então, essa falta de significação encontrada pelo migrante é uma das causas que o afasta de todas as formas de cultura, inclusive da leitura. No caso da mulher, ela sofre todas essas causas, acrescidas pela fadiga do operário não qualificado que ela é, além do trabalho doméstico e da criação dos filhos.

Entre os motivos físicos da não leitura, uma causa simples e óbvia que eu encontrei é a vista cansada. O operário tem a vista cansada porque ele a aplica muitas horas no trabalho. Então ele se afasta da leitura, achando mais fácil ver televisão ainda que ela possa eventualmente cansar muito mais os olhos. Os crentes, que a gente encontra muito nos bairros, fazendo sua missão de protestantismo popular, eles compreendem muito esse fator que limita a leitura das classes pobres. Por isso se vocês pegarem um folheto religioso dos crentes, ou uma Bíblia protestante, vocês vão ver que a letra é enorme, muito agradável de ler.

Por outro lado examinei o texto lido nas missas da Igreja Católica e encontrei as letras muito pequenas e uma saturação de palavras. Quem imprime tais folhetos religiosos desconhece, em primeiro lugar, a cultura popular, e, depois, a situação de saúde, de integridade corporal do trabalhador que se sente, no próprio local em que ele deve louvar seu Deus, humilhado e marginalizado por esses folhetos que, naturalmente, são impressos assim por ignorância e não por má fé de quem os imprime.

Esse problema da letra grande, pelo enorme contingente de leitores populares e pelo enorme contingente de idosos que lê, deveria merecer maior atenção dos editores. Os idosos são leitores especialmente atentos e vibrantes. Eles já não lêem para alcançar "status" ou para competir numa carreira, mas lêem procurando compreender a substância da vida, confrontar memória com memória, experiência com experiência. No idoso o escritor confronta com seu leitor ideal. O livro com letra miúda é uma especulação comercial, é uma avareza que desfigura e amesquinha a própria fonte da leitura.

Então vocês vejam como a leitura é coisa muito séria. Clemenceau dizia que a guerra era séria demais para ser decidida por generais. E a cultura do nosso povo, já dizia Otto Maria Carpeaux, também é uma coisa séria demais para ser decidida por intelectuais que vivem distantes dessas causas que nós estivemos discutindo agora.

Uma operária me disse o seguinte: "as coisas que a gente lê sempre acabam parecendo com a vida da gente". Ela não disse conforme dizemos: "nós acabamos parecendo com a personagem do livro". Não foi isso que ela disse. Ela disse que a consequência familiar da literatura acaba transformando a literatura em vida.

CAIO GRACO — A gente faz livros com letra pequena porque hoje em dia está custando perto de três cruzeiros cada página de livro. Ora, um livro de 200 páginas, que não é um livro grande, deve estar sendo vendido aí por 500 cruzeiros, daqui a pouco. Se for letra grande vai custar aí uns 800, e aí é que eu não sei se a gente vai vender. Então, não é por mesquinharia não, a gente tem bem consciência disso em termos de editor, mas não há muito o que fazer no momento.

Caio Graco Prado e Ecléa Bosi

No Brasil, bibliotecas são recintos sacrossantos

MOTA — Afinal de contas, precisamos caracterizar um pouco mais: há crise ou não há crise? Frequentemente se joga o problema para o sistema de distribuição, queixa comum a muitos editores. De outro lado, como ligar essa possível crise a uma crise cultural maior, que não é simplesmente ligada à questão da produção do livro? Também seria o caso de se comentar a posição do Estado.

CAIO CRACO — Existe uma crise cultural, existe sim, porque nunca neste País foi feito um esforço no sentido da cultura, um esforço consequente, coerente. Se cada município do País, e olha que não é pedir muito, tivesse uma Biblioteca e por Biblioteca não se entenda museu do livro — e essas bibliotecas comprassem pelo menos os livros mais importantes todos os meses, nós teríamos simplesmente dobradas as nossas edições. Se toda escola tivesse uma biblioteca ao acesso dos alunos, provavelmente o hábito da leitura se desenvolveria com muito mais facilidade. Eu acho que pode haver uma escola que não tenha carteira, basta a carteira do professor e um quadro negro, mas sem biblioteca eu acho muito difícil se fixar cultura.

O que existe por parte do governo, e isso não é de hoje, é uma concorrência com os editores, não só em termos de venda de livros — aqui em São Paulo especificamente na USP — mas também em termos de produção de livros a preços absolutamente irreais, em que as despesas com pessoal, por exemplo, saem de outras fontes. Seria muito mais sadio que, em vez de se preocupar tanto em controlar a informação, o governo se contentasse em cumprir sua função mesmo, que é a de equipar escolas de municípios com bibliotecas, com livros. Com isto estaria não digo resolvido o problema, mas pelo menos encaminhada a solução.

MÁRIO FITIPALDI — O problema, creio não está apenas em termos bibliotecas, porque elas acabam, regra geral, se transformando em depósitos de livros que não prestam serviços. E biblioteca só é biblioteca na medida em que presta serviços. Nós conhecemos escolas no Brasil dotadas de bibliotecas mas que permanecem fechadas. São recintos sacrossantos aos quais o aluno não tem acesso, porque no manuseio pode estragar os livros, ou sujar o assoalho.

Nós estamos empenhados hoje num outro projeto. Temos que saber detectar as nossas carências, avaliar a nossa pobreza e ver o que é possível fazer dentro desse quadro. O resto me parece discussão estéril sobre o sexo dos anjos. Esse projeto, que me parece realizável, estamos trabalhando com empenho junto aos poderes públicos tentando envolver nele, também as comunidades locais. A idéia é colocar em cada sala de aula um mínimo de 50 livros, que possam atender ao que está disposto na lei de Diretrizes e Bases da Educação, que obriga as atividades de classe. São livros para serem trabalhados pelo aluno durante o ano e que não existem na maior parte das escolas do Brasil. Esse projeto me parece não muito difícil de realizar e, no nosso entender, é um projeto muito mais efetivo do que o de instalação de bibliotecas. Seria preciso alguns orçamentos da educação no Brasil para que se pudesse instalar bibliotecas em todos os municípios brasileiros e, talvez, mais alguns orçamentos para que essas bibliotecas realmente prestassem serviços. Ao passo que esse projeto de estantes de classe começa a prestar serviço logo no primeiro dia em que estiver instalado.

MOTA — Estante de classe no duplo sentido, da classe escolar e também de classe social não é?

MÁRIO FITIPALDI— Estamos falando nas classes como salas de aulas porque acreditamos que não é através da biblioteca escolar que vamos formar esse potencial de leitores, mas através das atividades de classe, nas quais se usa o livro como ferramenta de trabalho. Esses programas estão sendo executados hoje em países como Inglaterra, Alemanha, França, Áustria, etc.

Gostaria ainda de citar algumas pesquisas feitas pelo Brasil, que mostram que o estudante dificilmente pode obter da família informação cultural ou apoio dirigido. Assim, se ele também não pode obter essa informação na escola, porque a escola está falida, e se ele gasta quase três horas por dia vendo televisão, conclui-se que o estudante no Brasil hoje está dependendo basicamente da informação que recebe pela televisão.

THOMAZ AQUINO — Ainda dentro do item se há crise ou não há crise, eu gostaria de voltar à mitologia, a minha preocupação é traçar um retrato tanto quanto possível objetivo da situação do livro no Brasil hoje. Eu me refiro à indústria editorial, se é ou não desenvolvida, se produz ou não o que precisamos e em que condições ou qualidade produz isso. Outra mitologia que é muito corrente no Brasil — sobretudo, nos meios intelectuais — a idéia de que as nossas tiragens são muito pequenas, por isso, o Brasil seria um País extremamente carente em matéria editorial, simplesmente por causa dessas tiragens muito pequenas e muito tímidas. Publicamos, em média, tiragens de três mil exemplares, e já não são incomuns tiragens de dois mil exemplares, embora se façam também tiragens bem maiores. Mas no mundo todo, a coisa mais comum é uma tiragem de dois ou três mil exemplares, seja nos Estados Unidos, seja na França, na Itália, na Alemanha. É coisa absolutamente corriqueira. Eu me surpreendi ao presenciar que nos Estados Unidos (que é o país mais desenvolvido editorialmente, com exceção da Rússia com a sua editora estatal), fazem-se hoje tiragens e reimpressões de 700, 600 e até 500 exemplares, tranquilamente, o que não é desdouro nenhum. É apenas uma objetividade muito grande ao encarar a atividade editorial como uma atividade econômica igual a outra qualquer. A Inglaterra produz em quantidade muito grande tiragens de 1.000 exemplares, de livros que muitas vezes não chegam nem à livraria, são tiragens feitas exclusivamente para bibliotecas. E aí reside uma grande diferença entre, por exemplo Inglaterra e Brasil. Eles têm o apoio do Estado, do poder público que, através de aquisições permanentes, desvinculadas de qualquer preocupação, até mesmo política ou ideológica, mantêm um sistema de compras das editoras, que justifica a publicação de uma quantidade extremamente diversificada de livros.

Foi comentado, também, que nós publicamos muita coisa repetitiva, e eu diria que não, porque um determinado tema, admite, e talvez até reclame, em abordagens, cada uma encarando aspectos específicos, enriquecendo assim o estudo de um fenômeno qualquer.

"Nesse processo de cópia xerox, apenas um ganha (e ganha muito): o capital multinacional"

FLORESTAN FERNANDES JUNIOR — Acho que um dos temas mais importantes acabou não sendo abordado, que é o problema do xerox. Hoje a gente tem uma quantidade de xerox nas universidades, que representa um prejuízo muito grande para as editoras.

MÁRIO FITIPALDI — Você tem toda razão e não é só o capítulo do xerox. Há um outro problema muito sério, que é o das malfadadas apostilas. O problema do xerox não é brasileiro, mas mundial — o problema de reprografia. A lei brasileira diz que não é ilegal a reprodução única de um texto de livro quando feita para uso próprio. Em cima disso abriu-se uma válvula pela qual passam milhões de contrafações. A saída talvez fosse, como já se está praticando em alguns países, a taxação do xerox na fonte, na máquina.

Agora, o problema das apostilas é também muito sério porque adotou-se como norma abolir o uso do livro e o que se vê é que, ao término do curso, o estudante, ao invés de ter o seu núcleo de biblioteca profissional formado, tem apenas um monte de papéis velhos, mal datilografados e cheios de incorreções. Esse problema vem sendo também objeto de campanhas, por parte das nossas entidades de classe. Processamos dois editores (a causa já está ganha na Justiça) e alguns cursinhos que se limitam simplesmente a reproduzir capítulos inteiros de livros, pirateando textos, prejudicando o autor e o editor, vendendo a preço extorsivo. Se reunidos esses capítulos, verifica-se que o total dessas apostilas foi vendido a um preço às vezes até duas ou três vezes superior ao preço do livro, se adquirido.

THOMAZ AQUINO — Sobre o problema da cópia xerox, vocês levantaram o problema do autor e do editor. ▸

Eles são efetivamente lesados, quer dizer, eles fornecem, em muitos casos — é lamentável constatar isso — matrizes para serem copiadas, reproduzidas em milhares, em centenas de milhares de máquinas Xerox pelo Brasil. O autor deixa de receber os direitos autorais e o editor deixa de receber a remuneração de seu capital. A prática da xerox representa um estreitamento intelectual, um estreitamento profissional, um empobrecimento cultural lastimável. E todos deveriam alertar os alunos para esse problema que é muito mais sério do que o fato de autor e editor serem lesados.

Mas os nossos alunos que, com muita razão, contestam a atuação de multinacionais no Brasil, deveriam se lembrar que nesse processo de cópias xerox apenas um ganha, e ganha muito; é o capital multinacional. Cada cópia tirada num aparelho Xerox significa remessa de "royalties" para o Exterior. Somando tudo que se tira de xerox, é uma remessa não desprezível, à custa da nossa cultura, à custa da formação defeituosa do nosso futuro profissional.

ADAUTO RIBEIRO FILHO — Sou aluno de História da PUC, cursando pós-graduação e editoração na USP. Pergunto se o livro de bolso não seria uma saída ou uma alternativa para o mercado editorial brasileiro em termos de custos menores?

THOMAZ AQUINO — Nós, realmente, não temos o legítimo livro de bolso, porque talvez não tenhamos ainda alcançado o mercado de massa no Brasil. O "pocket book" é uma coisa muito simples. Nos países bem mais desenvolvidos do que nós em matéria editorial, eles publicam os livros em edição nobre, cara, para uma elite consumidora. Depois de esgotado esse mercado, se o livro é realmente bom, com potencial para alcançar o mercado de massa, depois de vender os seus 20 mil, 30 mil, 50 mil exemplares, ele passa para a categoria de "pocket book", para o qual existem editoras especializadas. Elas compram o livro por preço bastante vantajoso, bastante conveniente para a produção do "pocket book", quer dizer, o seu investimento já começa amortizado em 90% seguramente, pois compram até a composição gráfica. E publicam em papel geralmente inferior, com acabamento mais simples, mais modesto, tiragens enormes e a economia de escala explica o preço do "pocket book".

HÉRCULES LUCKLUS — Como estudante, a apostila facilita o estudo porque é direcionada na matéria que entra na época do vestibular.

MÁRIO FITIPALDI — Eu diria que só a leitura do livro ou de qualquer veículo de informação cultural coordenada (e isso a apostila não é) pode atingir dois objetivos: primeiro, o de impedir aquilo que se chama de raciocínio preto e branco, isto é, uma visão maniqueista dos problemas; e, segundo, só esses veículos, principalmente o livro, pela sua universalidade, é capaz de ajudar as pessoas no sentido de contrabalançar os efeitos da manipulação que é feita nas nossas mentes pela propaganda de massa.

ECLÉA — A batalha contra a apostila e contra o xerox nos meios escolares é uma batalha quase desesperada, porque não há quem vença essa mentalidade de apostilar os textos, de não comprar livros. Quem sabe os editores poderiam nos responder isso, sobre a possibilidade de fazer um livro mais barato, de imprimir menos, porque no Brasil se imprime uma verdadeira enxurrada de bobagens, não é? Eu me admiro, como todo leitor, ao ver como se pode imprimir tanta coisa inútil.

FITIPALDI — Eu acho que o editor ele não deve ser somente aquele empresário que atende às necessidades do mercado. Ele será um editor com "E" maiúsculo quando tiver a capacidade de instigar o mercado, ou de criar o mercado. E nesse campo eu acho que desde a pornografia até um livro como "A Ideologia da Cultura Brasileira", do Carlos Guilherme Mota, ou um ensaio muito bom sobre "Leituras Operárias", da Ecléa Bosi, devem ser editados. O mercado depois é que vai selecionar o que é bom e o que não é, porque se nós resolvermos partir das limitações tanto no ofício de escrever, como no ofício de editar, cairemos num terreno muito perigoso que é o da censura.

CAIO GRACO — Gostaria de lembrar uma coisa aqui que o Lobato dizia, que livro bom é aquele que é lido. Ponto. Se os livros que você, Ecléa, recebe são na maioria ruins, não vão ser reeditados e provavelmente serão vendidos como papel picado. Os bons vão continuar.

José Santa Cruz e Thomaz Aquino Queiroz

"Hiii, Mário de Andrade não! Esse cara já morreu..."

MOTA — Pedirei agora, que os debatedores considerem a problemática da estatização e da desnacionalização e, dentro disso, a existência ou não de uma política cultural, sistemática por parte dos editores. É fácil dizer que o Estado não tem uma política cultural sistemática. É fácil dizer, mas não é fácil provar. Parece que existe uma política nacional de cultura, que foi feita a portas fechadas em 1975/76. É possível verificar toda a ênfase com que a Universidade de Brasília vem entrando no mercado editorial com seus pacotes. É fácil perceber que por trás de algumas universidades há uma certa linha de privilegiamento nas co-edições. É evidente que o Instituto Nacional do Livro não é assim tão neutro e tão abstrado em relação às diversas linhas de publicações. É possível discutir toda a problemática das bibliotecas, e perceber que por trás dela explicita ou implicitamente, consciente ou inconscientemente, há sempre uma política cultural.

Em síntese, devolvo aos debatedores a pergunta central: aceitando-se a idéia de crise, o que se deveria fazer? O que fazer em face da política fiscal do Estado, da questão da distribuição, da estatização e da desnacionalização, e até que ponto são danosos à indústria editorial, projetos editoriais como Fename e Alfa? E o que dizer da reflexão do professor Santa Cruz sobre as dificuldades das pequenas editoras?

SANTA CRUZ — Continuo com o meu ponto de vista de que não há crise, mas há muitos problemas e muito sérios. E evidentemente eu não tenho a pretensão de ser enciclopédico, de poder abordar todos os problemas, nem de apresentar solução. A minha contribuição limita-se a três pontos:

Será que o que a gente edita corresponde às necessidades do público, mesmo que seja um público pequeno, que lê pouco etc.? O editor tem que fazer essa pergunta. Quando há um livro sério, profundo, que não seja picaretagem, que responda a uma pergunta, o público lê, compra. Isso eu tenho experiência como livreiro.

A segunda questão é o papel do editor, hoje, no Brasil, como um agente cultural que deve suprir as deficiências do ensino no Brasil. O ensino é fraco é deficiente em todos os níveis, e, muitas vezes, aquilo que o aluno não aprende na escola ou na faculdade, ele vai aprender na leitura de um livro que corresponda a uma pergunta, a uma indagação sua.

E, em terceiro lugar, eu diria que enquanto não existir o livreiro profissional, não adianta o editor querer ter sucesso. O ano passado, o meu distribuidor no Rio recebeu a seguinte resposta de um livreiro, situado no bairro de Botafogo, ao levar-lhe três livros do Mário de Andrade: "Hi, não, esse cara já morreu há muito tempo, ninguém está interessado nele!" Então, a questão do livreiro passa a ser tão fundamental quanto à do editor. Sem isso é inútil qualquer discussão.

THOMAZ AQUINO — Sobre o problema da estatização e da desnacionalização do livro, através da presença da empresa estrangeira no Brasil, eu diria que tenho um medo muito grande da presença do Estado na atividade editorial, por motivos óbvios. Um deles é o problema ideológico, é a censura praticada pela própria entidade editora. Acho que a atividade editorial tem que ficar na mão da empresa privada.

Nas poucas vezes em que o Estado entrou na atividade editorial no Brasil, ele botou os pés pelas mãos. Um exemplo que eu conheço bem, é o da Editora Nacional. Ela foi comprada, em 1975, por 14 milhões de dólares. Na época era a maior editora e a de maior rentabilidade no Brasil, todos nós sabemos disso. Cinco anos depois ela foi vendida novamente para uma empresa privada por quatro milhões de dólares, e era uma editora que apresentava prejuízo.

O outro aspecto é o seguinte: a Universidade de Brasília tem em desenvolvimento um programa bastante ambicioso, sobretudo na área de ciências sociais. E eu deixo uma pergunta no ar, por quê? Será por que os editores não vinham fazendo em quantidade e qualidade suficiente esses livros? Eu acho que não. Ela vinha fazendo o suficiente na medida dos reclamos do público consumidor. Eu mesmo tenho um exemplo na minha editora. Eu vinha desenvolvendo, com o professor Gabriel Cohn, o plano de publicar o clássico "Economia e Sociedade", de Max Weber. De repente, tive a notícia, através dos jornais, que a Universidade de Brasília está cuidando da edição. E eu me pergunto e pergunto a todos por quê? Por quê? Se a empresa privada vinha fazendo por que o Estado colocar dinheiro do povo numa atividade que vinha sendo a está sendo desenvolvida pelo setor privado? Eu acho que a resposta é óbvia.

Quanto à empresa multinacional, eu acho que nós devemos ter um cuidado muito grande, disciplinando a presença do capital estrangeiro no Brasil para evitar a desnacionalização da empresa brasileira, para não ocorrer o que se viu no Canadá. A indústria editorial canadense praticamente acabou. Agora é que eles estão lutando no sentido de recuperar a situação anterior à desnacionalização. Então, temos que ficar atentos. Não é rejeitar pura e simplesmente a empresa internacional, que pode trazer coisas úteis para nós, mas é disciplinar, a sua presença.

FITIPALDI — Sobre o problema da desnacionalização, eu tive oportunidade, o ano passado, de representar o Brasil no Congresso Internacional dos editores, em Estocolmo, congresso que, a cada quatro anos, é promovido pela União Internacional de Editores. E levei para lá uma tese, onde procurei mostrar as origens do processo de penetração do capital estrangeiro no Brasil, em todas as áreas, mostrando que esta penetração se deu sempre nos campos onde éramos carentes de tecnologia mas, estranhamente, ela estava ocorrendo também na área da edição, onde nós não somos carentes de tecnologia.

Então, há um fenômeno estranho aí. O que acontece, no fundo, é que o capital estrangeiro, no setor editorial, hoje representado por mais de três dezenas de empresas multinacionais poderosas, não está vindo para o Brasil evidentemente para instigar ou estimular o pensamento brasileiro. Ele está vindo, é óbvio, atraído por um mercado de 30 milhões de alunos, nos três níveis. E esse mercado pode ser perfeitamente suprido pela editora brasileira. Nunca houve necessidade de capital estrangeiro para o processo editorial no Brasil.

Nós não queremos, em absoluto, impedir o ingresso de capital estrangeiro que, num País como o nosso, carente de tudo, é sempre bem-vindo. O que nós pedimos é que seja disciplinado o ingresso desse capital, de tal sorte que a empresa brasileira se nacionalise, isto é, o ingresso de capital estrangeiro seria permitido até no máximo dois terços da composição de capital de uma empresa.

Sobre o capítulo, estatização, há algumas coisas muito interessantes a dizer, também. Eu não acho que o governo seja incapaz de gerir somente a área editorial. Ele, de modo geral, é um mau gerente em qualquer atividade. E mau gerente, mau patrão e tudo o que é feito pelo governo seca. Tudo o que é feito pela atividade privada floresce. E o que vem acontecendo é uma intromissão indébita, cada vez maior, do governo na atividade editorial. Todo mundo edita no Brasil. O que nós estamos pedindo ao governo é que se decida: ou encampe logo de uma vez toda atividade editorial ou então deixe a atividade editorial para os editores. Porque, quando o Estado edita um livro, ele põe a serviço da edição toda uma estrutura de custos ocultos, usando muita gente e muito material que não se computa como custo, mas que está sendo pago através das folhas de pagamento do próprio governo. E preciso que não nos esqueçamos: é a comunidade inteira que está pagando por isso. Se esse livro aparece aos nossos olhos como mais barato, é porque esta diferença está oculta. Então, um livro de Direito vendido por preço menor e editado pelo governo, está sendo subsidiado até pelo operário.

Dia 16 de março, já temos uma entrevista marcada com o ministro da Educação, para expor esses problemas e mostrar que o governo precisa de uma vez por todas decidir quem é o editor neste País, se é a empresa privada ou se é ele, porque uma das causas de estrangulamento, disso que agora nós chamamos de turbulência ou de crise, é essa intromissão indébita do governo na área editorial.

MOTA — Essa idéia de que tudo o que é da iniciativa privada floresce e onde o Estado põe a mão seca, me parece que deveríamos ponderar um pouco sobre ela. Há um certo tipo de financiamento, para certas obras, penso por exemplo nas memórias dos cronistas, que as editoras não tiveram fôlego, ou vontade, ou uma política definida para editá-las. Tenho a impressão de que a questão não é apenas das editoras, mas podíamos generalizar um pouco mais para a política cultural em termos mais amplos.

A televisão, por exemplo. TV particular ou TV estatal? Tendo em vista o processo de democratização que, se não está, deveria estar em curso mais acelerado, a possibilidade de um controle, de uma discussão pública mais ampla, o controle democrático enfim, no interior de uma televisão do tipo estatal é maior, em princípio. E mais provável termos controle sobre uma TV estatal, nesse processo de elaboração de uma cidadania, do que, por exemplo, sobre a TV Globo.

Eu prolongaria a questão, lembrando que há ainda outra coisa que nós estamos esquecendo nesta mesa, que é o problema do autor, que é o grande, o ilustre desconhecido neste debate. A questão dos contratos leoninos, também, seria o caso de se mencionar aqui.

FITIPALDI — Quando falo na intromissão do governo na atividade privada eu estou me referindo simplesmente a intromissões indébitas. Eu acho que o governo deve atuar de forma complementar, quando, por exemplo, trata-se da edição de obras que sejam fundamentais para a memória cultural da Nação e que não sejam rentáveis para a iniciativa privada. Aí, é extremamente louvável a presença do governo. Mas, o que nós estamos vendo atualmente não é isso: o governo está entrando em regime de competição com a editora privada.

MOTA — O que não é de estranhar porque o governo é a expressão de um estado também capitalista, empresarial, portanto não se pode ver o Estado como uma questão neutra.

CAIO GRACO — Estou de acordo com você, eu acho que a presença do governo não é necessariamente ruim. O governo é sempre ruim quando a gente não tem controle sobre ele. Quando é um governo ditatorial, autoritário, qualquer iniciativa dele é um perigo. E como se viu aqui, na área de publicações essa iniciativa tem uma finalidade especificamente ideológica e política, de cercear e, de alguma forma, dirigir o pensamento cultural.

ECLÉA — Estou me sentindo muito dissonante nesta mesa, porque estou rodeada por editores e eu sou uma simples leitora. Mas gostaria de lembrar que o escritor recebe apenas 10% de uma obra que custou anos e anos de trabalho. Então também o autor, que é um trabalhador, deveria ser consultado. E, muito mais que o autor, deveria ser consultado o leitor.

O que é que nós devemos publicar, já que estamos em crise econômica? Publicar o que é necessário e bom. Mas, quem vai estabelecer esse critério? É o editor, é o intelectual? Não. A questão da cultura do nosso povo é uma questão séria demais para que seja entregue a editores e a intelectuais.

CAIO GRACO — Estou de acordo em se ouvir o público. Mas o livro é um produto que não permite uma pesquisa prévia e esse é outro aspecto do grande risco que nós temos como editores. Você só pode gostar ou não de um livro, depois que ele está feito e escrito e impresso. É impossível prever o sucesso de um livro, mesmo que o tema agrade.

MOTA — Mais uma vez com a palavra, o público. Professor...

PROFESSOR ALBERTINO RODRIGUES — Bom, eu queria fazer uma crítica e uma autocrítica. A crítica é aos editores no sentido de que lhes falta um pouco de agressividade para conquistar um mercado que, visivelmente, é um mercado em ampliação. O Brasil, hoje, tem um milhão e meio de estudantes universitários e cem mil professores. Mas continuamos tirando edições nas mesmas proporções de 30 anos atrás, quando por exemplo, tínhamos 100 mil alunos e 20 ou 10 mil professores. Quer dizer, não se promoveu uma política de "marketing", no sentido de conquistar espaços como este do setor educacional a 20% ao ano, uma taxa realmente espetacular no crescimento de população e não se conquistou esse espaço. Bom, essa é a parte da crítica.

A autocrítica eu a faço como professor e como autor. Na verdade nós, nesse período, tivemos uma produção editorial considerável. Só para nos situarmos no nível acadêmico das teses, eu tive que dar um curso de Sociologia da Saúde, peguei dois livros editados por colegas meus, competentes e dei para os alunos, que me diziam: "Eu não entendo o que esse sujeito escreveu!" Então são livros inacessíveis ao aluno de graduação, porque o autor é um doutor que escreve para meia dúzia de professores catedráticos. Depois, pega-se aquele texto e lança-o no mercado nas mesmas condições. Ora, o aluno não vai ler aquilo. É indigesto ler um livro como tese. Se para os professores de banca é indigesto, imaginem para os alunos.

Portanto, esse mercado universitário, precisa ser trabalhado por parte do autor e por parte do editor conjugadamente, para se produzir os livros que os estudantes estão precisando e têm necessidade e compram. Não encontrando o livro, o estudante tira xerox dos manuais estrangeiros que tratam da matéria e, muitas vezes, sem ter nada a ver com a nossa realidade. De maneira que essa crítica e autocrítica precisava ser feita para se ouvir um pouco o autor, mas, também para que o autor se penitencie um pouco das barbaridades que ele joga na mesa do editor.

Cadê o autor?

MOACIR AMANCIO

O negócio começou bem com Zulmira, filha do carteiro pegando a folha na rua. Mas leu em casa sendo surpreendida pelo pai que também xereta foi ver. Expulsou a menina: "Aqui é casa de família, um lar mesmo." Depois, ao mesmo tempo all no bar da esquina dois bicheiros rasgavam as folhas que traziam num lado palavras batidas a máquina que não acabavam mais, trololó, para usar o verso limpo e branco de nuvem: anotaram os palpites do dia com tinta azul, verde e vermelha. E no escritório. Em muitos escritórios os meninos mensageiros trocavam confidências. Cada um com sua folha na mão lendo, relendo:

— Onde você achou?

— Em casa.

— Na rua.

— Estava no balcão do banco.

— Achei no meio da correspondência.

Liam, desliam. Zás: correndo disputar o mitório. Na mesma privada onde seu Aderbal contador havia pragmaticamente usado folhas iguais que jogou no vaso provocando entupimento mais tarde.

Pouco antes, quem sabe na mesma hora, Vivita, a noivinha colunável, pregava a mão sem dó em toda a bochecha do noivo Popó, idem colunável, e mostrava a folha pro padre amarelo de susto, que horror. Lá se mandou Vivita com o séquito de mãe, pai, avó, até a namorada do pai e amigos indignadíssimos: "Soubéssemos e nunca que esse salafrário teria pisado no Solar dos Pepino Amêndola."

Não ficou nisso não, senhores. O secreta respirou de alívio. Afinal havia descoberto uma no meio dos estudantes — vivia disfarçado de estudante. Prendeu o Roberto — "Sabia seu subversivozinho de m..." Levou o subversivozinho pro chefe que, sem dúvida: "Isto aqui é outro plano Cohen, estão querendo derrubar o governo, comunistas intentoneiros!" No fundo o delegado ficou mui feliz. Mandou levar o Roberto pra masmorra, já sabem, né?, foi e pediu a viatura que mais que rápida carregou a autoridade para o palácio do governador. Agora la apresentar serviço de verdade. Imaginem um documento desse nas mãos de "nossos inimigos figadais". Ganhou sarrafada. Porque na sala do governador era justo esperado pelo próprio mais o secretário da segurança em uníssono escarcéu:

— Muito bem, muito bem, seu delegado. Nós queremos saber o que estes papéis faziam no seu cofre?

Mostraram. enfarte foi pouco. A tampa da cabeça do delegado espirrou no teto. Antes quebrando o lustre de cristal da Baviera. Ainda se ouvia o tilim do fino vidro pelo chão e o telefone chama. Na outra ponta da linha, fala o ministro da justiça minutos antes de receber chamado dapresidência a propósito de, exato.

Outras aconteceram também. Dona Rosalva, a velhinha da quitinete do vigésimo sétimo ap. 278, ex-madame, tinha descoberto passatempo para seus dias e noites de tédio verde. Fazia aviõezinhos com as folhas que o vento doce lhe fazia o favor de trazer pela janela. Primeiro lia rindo — "que gente!" — daí fazia aviãozinho. Ficava olhando. Torcia pro aviãozinho cair na cabeça de alguém lá embaixo.

E os lixeiros? Bom, chegou um ponto que os lixeiros se indignaram. Sujeira demais. Dali a pouco estava igual fim de ano quando todo mundo joga papel picado dos escritórios. Mas folhas inteiras daquele jeito nunca imaginaram. Com um troço escrito. Andaram lendo na certa pois mandaram brasa numa greve.

Poderia falar nos amigos que brigaram reatando amizade após o conhecimento das voláteis palavrinhas. Nos namorados que se amaram mais do que nunca. Alta temperatura, os motéis quase explodiram. No empresário que pirou. Etc. etc. etc. Porém havia um problema. Descobrir de onde raios vinham aquelas folhas datilografadas num só lado — desperdício de papel nesta época de maia crise. Foram convocados investigadores oficiais e particulares, detetives do X-9, dedos-duros, a cachorrada inteira, fardas mil. Só faltaram tanques de guerra — pra não alarmar o povo. Entretanto metralhadora, soco inglês e garrucha, isto sobrava. Televisão, jornal, rádio foram na rabeira. Tudo atrás da pista. As folhas continuavam chegando por via aérea, naturalmente, como a respiração.

— Uma praga, já pensaram se espalha por resto do País? Será que já não espalhou? Puxa vida.

Procura que procura. Só na caçada havia mais de milícem. Não contando a turma da retaguarde, proteção, pé no saco, camburões, a parafernália geral. Arrombaram casas, destruíram praças, atrasaram o metrô, fecharam bares e igrejas, mataram a família e foram ao cinema, quiseram prender a velhinha dona Rosalva que conseguiu escapulir abrindo o pára-sol e pulando do vigésimo sêtimo — foi-se ao sabor do vento doce para lugares menos perigosos.

O negócio mexeu e virou. Mas acontece que descobriram. Pois é, descobriram meio na sorte. De uma janela lá em cima... as folhas saíam uma seguindo a seguinte. Apartamento de fundos, daí que ninguém conseguira ver ainda. Uma folha, outra, outra, outra, nunca acabava jamais. Caíam no chão, iam pra todo lado como se tivesse vontade nelas. Os superiores precisaram decretar estado de sitio pra evitar a anarquia quando os subordinados começaram a ler. Os superiores não leram a fim de evitar evidentes consequências, lógico.

Prédio cercado. Helicópteros. Prontidão. Tv rádio jornal. Os mais corajosos na frente. Prédio evacuado. Os mais corajosos. Pelo cálculo deve ser aqui. Nem precisaram arrombar a porta. Porta aberta. O vento canalizava. Berraram. Nada. Os mais corajosos deram um passo à frente. Dois passos. Ouviram o tiquetaque. Bomba-relógio? Três passos. Tique-tique-taquetaraquetaque. "Chamem a equipe técnica". A equipe técnica escuta. Tataquetaquetaque. "Bomba-relógio faz diferente" — responde a técnica. Cinco passos os mais corajosos esbarraram na pilha até o forro. Eram as folhas. Pilhas pilhas pilhas delas. Tiquetaque. Atrás do tiquetaque um sujeito barba por fazer, cigarro preso na vaga do incisivo pra facilitar, óculos, pálido, raquítico, olho pisado. Aliás, o cisco de gente parecia só ter olho e óculos, dois faróis de milha.

— Teje preso!

Ele nem tium:

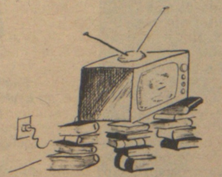
— Está bem, está bem, mas me deixem acabar este conto.

— Teje preso!

— Silêncio por favor — vozinha sumida — não vêem que estou trabalhando?

Desabafou, atrás do tiquetaque:

— Puxa, não chega a falta de editor, a crítica neca de entender e me aparecem estes chatos. Entrem duma vez ou saiam da porta, que preciso respirar. Não me roubem o ar.



vira lata

Uma página que não pára nas prateleiras.

Até que enfim a nossa polícia "ganhou" o premio nobel da pa z. (Benemar)

Luscar

Nilson

Jota

Laerte/Glauco

Laerte/Glauco

O melhor livro de cabeceira é aquele que tira o sono. (Nagao)

No Brasil, o livro que dá mais lucro chama-se caixa dois. (Mouzar)

Folha Ricardo Alves

São Paulo, 22 de fevereiro de 1981.

Editor: Angeli