

EDIÇÃO

Agentes e objetos

ORGANIZAÇÃO

Ana Cláudia Gruszynski

Bruno Guimarães Martins

Márcio Souza Gonçalves

{ OLHARES
TRANSVERSAIS



PPGCOM • UFMG

EDIÇÃO

Agentes e objetos

ORGANIZAÇÃO

Ana Cláudia Gruszynski

Bruno Guimarães Martins

Márcio Souza Gonçalves

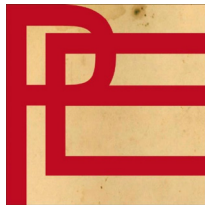
{ OLHARES
TRANSVERSAIS



PPGCOM • UFMG



INTERCOM



GP PRODUÇÃO EDITORIAL

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

Reitor: Jaime Ramirez
Vice-Reitora: Sandra Regina Goulart Almeida

FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS

Diretor: Orestes Diniz Neto
Vice-Diretor: Bruno Pinheiro Wanderley Reis

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Coordenador: Carlos Magno Camargos Mendonça
Sub-Coordenadora: Geane Alzamora

SELO EDITORIAL PPGCOM

Ângela Cristina Salgueiro Marques
Bruno Guimarães Martins

CONSELHO CIENTÍFICO

Ana Carolina Escosteguy (PUC-RS)	Kati Caetano (UTP)
Benjamim Picado (UFF)	Luis Mauro Sá Martino (Casper Líbero)
Cezar Migliorin (UFF)	Marcel Vieira (UFPB)
Elisabeth Duarte (UFSM)	Mariana Baltar (UFF)
Eneus Trindade (USP)	Mônica Ferrari Nunes (ESPM)
Fátima Regis (UERJ)	Mozahir Salomão (PUC-MG)
Fernando Gonçalves (UERJ)	Nilda Jacks (UFRGS)
Frederico Tavares (UFOP)	Renato Pucci (UAM)
Iluska Coutinho (UFJF)	Rosana Soares (USP)
Itania Gomes (UFBA)	Rudimar Baldissera (UFRGS)
Jorge Cardoso (UFRB UFBA)	

www.seloppgcom.fafich.ufmg.br

Avenida Presidente Antônio Carlos, 6627, sala 4234, 4º andar
Pampulha, Belo Horizonte - MG. CEP: 31270-901
Telefone: (31) 3409-5072

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

E23 Edição [recurso eletrônico] : agentes e objetos / Organização Ana Gruszynski, Bruno Martins, Márcio Gonçalves. – Belo Horizonte (MG): PPGCOM UFMG, 2018.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-54944-14-8

1. Editoração. I. Gruszynski, Ana. II. Martins, Bruno.
III. Gonçalves, Márcio. IV. Título.

CDD 070.5

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

CRÉDITOS DO E-BOOK

© PPGCOM UFMG, 2018.

CAPA E PROJETO GRÁFICO

Bruno Menezes A. Guimarães
Atelier de Publicidade UFMG
Bruno Guimarães Martins (Coord.)
Olívia Binotto
Ana Cláudia Maiolini

DIAGRAMAÇÃO

Helena Antunes de Araújo

REVISÃO

Caroline Roveda Pilger
Os autores

| SUMÁRIO

PREFÁCIO	9
ANÍBAL BRAGANÇA	
I LEITURA E LEITORES	11
CAPÍTULO 1	12
Leitura e construção de si	
ISABEL TRAVANCAS	
CAPÍTULO 2	32
Uma aventura de leitores no país metafórico dos livros	
ANDRÉ CARLOS MORAES	
CAPÍTULO 3	51
A leitura vem de dentro: sentidos no ato de ler em diferentes dispositivos	
MARÍLIA DE ARAUJO BARCELLOS	
CAPÍTULO 4	72
Era uma vez um <i>Correio Infantil</i> : o protagonismo do leitor na página das crianças do <i>Correio do Povo</i> (Porto Alegre, RS, 1958-1984)	
CIDA GOLIN	

II MATERIALIDADES E PRODUÇÃO DE SENTIDOS **100**

CAPÍTULO 5 **101**

Mapeando sentidos: texto, materialidade e leitura

MÁRCIO SOUZA GONÇALVES

RAFAEL DE OLIVEIRA BARBOSA

RENATA PRADO ALVES SILVA

CAPÍTULO 6 **129**

Harry Potter: do impresso às Enhanced Editions

GABRIELA GRUSZYNSKI SANSEVERINO

CAPÍTULO 7 **150**

As formas do (ciber)jornal

GABRIEL RIZZO HOEWELL

PATRICIA LOPES DAMASCENO

ANA GRUSZYNSKI

CAPÍTULO 8 **166**

Re/vis-à-vis/tas serrote e WTW:
uma incursão sociocultural no design gráfico editorial

PAULO BERNARDO VAZ

DIEGO BELO

III EDITORAS E EDIÇÃO **183**

CAPÍTULO 9 **184**

A diferença em presença: o livro bilíngue

DOROTHÉE DE BRUCHARD

CAPÍTULO 10 **211**

A Sagração da Primavera:
formação de conglomerados e coletivização da independência

JOSÉ DE SOUZA MUNIZ JR.

CAPÍTULO 11	238
Marketing de conteúdo: a busca das editoras brasileiras em aproximar e conquistar leitores DANUSA ALMEIDA DE OLIVEIRA	
CAPÍTULO 12	265
Mulheres editoras de livros (literários): por um mapeamento preliminar no Brasil ANA ELISA RIBEIRO	
IV APROXIMAÇÕES HISTÓRICAS	285
CAPÍTULO 13	286
A Gráfica de Artes S.A. THAYZ GUIMARÃES	
CAPÍTULO 14	303
A figuração do circuito editorial no movimento romântico brasileiro RACHEL BERTOL	
CAPÍTULO 15	321
Edições portuguesas censuradas no Brasil SANDRA REIMÃO	
CAPÍTULO 16	337
Livros de costume: entre a prensa, a geografia e a moda MÁRLON ULIANA CALZA	
CAPÍTULO 17	372
Modulações tipográficas: o oral e o manuscrito na <i>Gazeta dos Tribunaes</i> (1843-1846) BRUNO MARTINS	

PREFÁCIO

ANÍBAL BRAGANÇA

O presente livro expressa a maturidade acadêmica do grupo de pesquisadoras e pesquisadores que se reúnem nos congressos anuais da Intercom, desde 1994, no espaço destinado à Produção Editorial. Sendo uma área multidisciplinar, sua formação agregou pesquisas de segmentos do conhecimento comunicacional e de suas interfaces, com a História, o Design, a Biblioteconomia, a Educação, as Letras, dentre outras, transformando-se em espaço de encontros e trocas entre aqueles que se dedicam aos estudos do livro, das editoras e das leituras. Inicialmente restrita apenas ao mundo impresso, a área cresceu ao incorporar pesquisas pioneiras sobre as possibilidades e os desafios abertos pelas tecnologias digitais, atraindo novos estudiosos, não só das práticas, mas também das questões epistemológicas trazidas por essas transformações.

Além do apoio recebido das diretorias da Intercom, o grupo, para seu fortalecimento, contou com a dedicação de seus coordenadores, os professores Luís Guilherme Pontes Tavares (1994-1995), do autor destas linhas, Aníbal Bragança (1996-2000 e 2007-2009), Sandra Reimão (2000-2006), Ana Gruszynski (2010-2013), Márcio Souza Gonçalves (2014-2017) e,

atualmente, de Bruno Martins. Sempre estes contaram e contam com a colaboração de um núcleo básico que inclui seus eventuais substitutos e substitutas, como vice-coordenadores.

A presente obra, organizada em quatro partes, reúne dezessete textos, que, além de apresentarem a riqueza e a complexidade do campo de estudos, mostra as diferentes abordagens e objetos, além de apontar a formação de parcerias acadêmicas entre pesquisadores, expressando o quanto tais pesquisas estão presentes nos programas de pós-graduação de nossas universidades.

Maturidade acadêmica de um campo, sempre aberto e em movimento, construindo-se com a dedicação de muitos e sempre desafiado por uma tradição que se renova, transforma e atualiza com a permanente mudança de sujeitos e objetos, no Brasil e no exterior, oferecendo contribuições às ciências da Comunicação para melhor conhecermos os que escrevem, os que leem, os que editam e toda a cadeia da produção e da circulação dos livros, que ajudam a construir e a explicar o ser humano e a sociedade.

I Leitura e leitores

CAPÍTULO 1

Leitura e construção de si

ISABEL TRAVANCAS

Introdução

Creio que o livro tem um papel fundamental na vida social; entretanto, o que busco neste artigo não é reafirmar a sua importância na sociedade, nem discutir a necessidade de se estimular os jovens a lerem mais ou, ainda, analisar as diferenças entre sociedades que estimulam a leitura desde a infância, e as que não o fazem. Minha intenção aqui é, a partir de uma breve discussão sobre a história do livro e o seu significado, pensar na influência da leitura, em particular de literatura e, mais especificamente do romance, na construção da subjetividade do sujeito ou na “construção de si,” para usar a expressão de Michel Foucault (2004a).

O livro foi, durante séculos, considerado um objeto nobre, sagrado. Ele tem um significado simbólico para as sociedades letradas. Para Jack Goody (1968, p. 166), a distinção entre sociedades letradas e iletradas não está na dicotomia que se baseia nas radicais diferenças de atributos mentais entre essas sociedades, mas no fato de a escrita estabelecer um tipo diferente de relação entre a palavra e seu referente. Uma relação mais geral e mais abstrata, menos ligada às particularidades da pessoa, do lugar

e do tempo, do que a obtida na comunicação oral. A relação com a palavra, com o texto, varia de sociedade para sociedade, o que reforça a ideia de arbitrariedade do sentido em relação ao signo.

E se o livro foi tido como um objeto sagrado e poderoso, a literatura, como afirma Calvino (2007), tem uma relação estreita com a invenção, o imaginário e o sonho. Literatura é ficção ainda que ela possa se inspirar na realidade ou mesmo trazê-la para suas páginas disfarçada ou misturada na ficção. O homem precisa da literatura para suportar a rudeza do mundo e a concretude do cotidiano que muitas vezes tem mais sofrimento do que alegria, mais trabalho do que diversão, mais realidade do que imaginação.

Um dos belos exemplos das inúmeras possibilidades que a literatura oferece é a obra *As mil e uma noites*. Sherazade para não morrer entra em uma espiral inventiva que captura o Sultão Chahriar noite após noite, adiando sua morte graças a uma sedutora imaginação que inventa histórias sem fim que permitem, não só que ela não seja assassinada, como seu malfeitor se apaixone por ela (GALLAND, 2000).

Ainda hoje a literatura ameaça de diferentes formas. Politicamente, ideologicamente. Basta lembrar da perseguição sofrida pelo escritor Salman Rusdhie quando foi condenado à morte pelo líder religioso do Irã, Ruhollah Khomeini, por este ter considerado sua obra *Os versos satânicos* uma blasfêmia contra Maomé. O escritor indo-britânico teve que viver escondido, mudando de endereço constantemente durante vários anos.

Dentro do amplo espectro da literatura, este estudo se centra no romance e busca discutir o seu lugar na atualidade, procurando relacioná-lo com sua história e sua ascensão. Hoje ele é considerado o gênero privilegiado dos leitores, mas nem sempre foi assim. O crítico literário Ian Watt (1990) é um dos autores a analisar em uma perspectiva histórica o seu crescimento na Inglaterra do século XVIII, quando o romance começa a ocupar cada vez mais espaço entre os leitores até se tornar um sucesso editorial e seus autores obterem destaque e notoriedade.

Neste sentido, questionamos: como o romance atua sobre seus leitores? Qual a função em suas vidas? Partindo de Foucault (2004a, 2004b) procurei discutir em que medida é possível afirmar que o romance ajuda a construir a subjetividade, possibilitando também a quem o lê sair de si e se colocar no lugar do outro.

Para entender como se dá esse processo serão analisadas duas pesquisas

diferentes realizadas com leitores no Brasil e na França para entender de que forma se dá o processo de construção de si em jovens franceses e em mulheres cearenses, e quais as diferenças na elaboração do texto em conexão com suas histórias pessoais.

A leitura como prática social

A leitura é mais do que um aprendizado mecânico de letras e palavras que permite decodificar os significados. Ela é uma produção social de sentido, como enfatizam vários historiadores (DARNTON, 2010; CHARTIER, 1998; HEBRARD, 2011) e sociólogos (BOURDIEU, 1996; ESCARPIT, 1969; HOGGART, 1957). Sua vivência está fundamentalmente ancorada na cultura, sendo uma prática cultural. Como tal, varia de sociedade para sociedade, de grupo para grupo. O livro é o primeiro contato com a leitura para a maioria dos habitantes das sociedades ocidentais, principalmente a partir do século XVIII quando ele ampliou sua força e presença no cotidiano urbano.

O historiador francês Roger Chartier (1998, p. 77) afirma que “a leitura é sempre apropriação, invenção e produção de significados”. E o leitor tem nela um papel fundamental, pois um texto só vai existir se houver algum leitor que lhe dê significado. O texto e a sua significação não existem soltos no tempo e no espaço. No tocante a este ponto, Chartier (1994, p. 8) afirma:

As obras – mesmo as maiores, ou, sobretudo, as maiores – não têm sentido estático, universal, fixo. Elas estão investidas de significações plurais e móveis, que se constroem no encontro de uma proposição com uma recepção. Os sentidos atribuídos às suas formas e aos seus motivos dependem das competências ou das expectativas dos diferentes públicos que delas se apropriam. Certamente, os criadores, os poderes ou os experts sempre querem fixar um sentido e enunciar a interpretação correta que deve impor limites à leitura (ou ao olhar). Todavia, a recepção também inventa, desloca e distorce.

O leitor tem enorme liberdade, mas esta jamais é absoluta. Ela tem limites também impostos pelo próprio texto. Da mesma forma, a transformação da leitura pelo suporte que a materializa é importante. O livro de bolso, o livro digital, o papíro são suportes distintos que implicam

em relações distintas. Há uma multiplicidade de modelos, de práticas e de competências. Cada leitor para cada uma de suas leituras, em cada circunstância, é singular. E essa singularidade é atravessada por aquilo que faz com que este leitor seja semelhante a todos aqueles que pertencem à mesma comunidade.

Chartier (1994) mostra o quanto o processo de leitura se modificou ao longo dos séculos. Da passagem da leitura em voz alta para a leitura em silêncio. Da leitura que ele chama de intensiva para a extensiva. Intensiva entendida como leitura confrontada a poucos livros, baseada na escuta e na memória, sendo respeitosa e quase sacra. Já a leitura extensiva significaria o consumo de muitos textos, passando de um para outro com versatilidade e sem qualquer conotação de sacralidade. Outra forma seria a chamada “leitura da intimidade”, da solidão, tida como uma das bases para a constituição de uma esfera do privado, contrastando com as leituras públicas e coletivas (CHARTIER, 1994).

É ainda Chartier (1998, p.78) quem afirma que a história das práticas de leitura, depois do século XVIII, se modificou muito e se tornou o que denomina de “história da liberdade de leitura”. A iconografia chama a atenção para isso com as imagens do leitor no meio da natureza, do leitor que lê andando, que lê na cama quando, até então, a imagem corrente era a do indivíduo recolhido em seu espaço privado. Pensar sobre a leitura no século XXI é visualizar esse caminho de liberdade que começou há três séculos com o livro no formato de brochura até chegar aos e-books atuais.

O pensador argentino Alberto Manguel (1997) ao refletir sobre a leitura na Idade Média, lembra que ler naquela época era uma habilidade oral e as palavras eram sons. O público tinha que “prestar ouvidos” à história uma vez que a leitura era em voz alta e, conseqüentemente, um ato compartilhado e não individual. A leitura em silêncio era tida como perigosa, era uma comunicação sem testemunhas.

O sociólogo francês Pierre Bourdieu (1996, p. 274) também vê a leitura inserida em uma prática cultural. Para ele “a leitura obedece às mesmas leis das outras práticas culturais, com a diferença de que ela é mais fortemente ensinada pelo sistema escolar, isto é, o nível de instrução vai ser mais poderoso no sistema dos fatores explicativos, sendo o segundo fator a origem social”.

Segundo Bourdieu (1996) sempre se pensa que ler um texto significa

compreendê-lo, descobrir sua chave. E, na verdade, nem todos os textos são escritos para serem compreendidos nesse sentido. Deve-se refletir sobre para qual uso ele foi produzido. Se sua intenção era comunicar uma maneira de fazer ou de agir, por exemplo. Como se para a leitura de um texto fosse importante perguntar sobre o seu *mode d'emploi* (modo de usar).

O historiador norte-americano Robert Darnton, (2010, p. 179), também um estudioso do livro, ao pensar em para que serve a leitura, elenca atividades muito diversas com certo humor. “Ler serve para salvar almas, refinar maneiras, consertar máquinas, seduzir namoradas, informar-se ou simplesmente para entreter”. Esse amplo leque de utilidades apresentado por Darnton aponta para a necessidade de contextualização do leitor e da natureza da sua leitura. Afinal, como lembra “A leitura tem uma história. Não foi sempre a mesma em todos os lugares” (DARNTON, 2010, p. 200).

A literatura e o leitor

Literatura é um termo complexo e fugidio. Para o escritor Domício Proença (2007), a marca do texto literário é a sua plurissignificação. Ele é polissêmico e, portanto, pode apresentar muitos significados. A linguagem literária é conotativa e tem enorme liberdade em relação às normas porque a criação estética autoriza qualquer transgressão, pois sua característica é a invenção. Mas não se pode esquecer que ela também está ligada à ideia de imitação, de mimesis.

O pesquisador de literatura Gustavo Bernardo (1999), em seu artigo sobre o conceito de literatura, discorre sobre sua complexidade, apontando para as pistas deixadas por outros escritores e teóricos. Bernardo (1999) cita o poeta Fernando Pessoa quando este fala em mimese e catarse. O primeiro conceito, controverso na área de teoria literária, aponta para a perspectiva ficcional. Já a catarse, pode ser entendida como uma espécie de purgação, que permite a identificação com os sofrimentos da personagem. A capacidade de produzir catarse está certamente entre os importantes recursos dos livros denominados *best-sellers* e em especial dos livros destinados ao público juvenil.

Ao nos determos no texto literário inevitavelmente iremos chegar ao seu destino: o leitor. Uma das primeiras correntes de pensamento a se preocupar de forma mais sistemática com o receptor foi a chamada Esté-

tica da recepção, da qual Hans Robert Jauss é um de seus mentores. Jauss nasceu na Alemanha nos anos 1920 e fez parte da Escola de Konstanz, onde um grupo de intelectuais ligados à área de estética e literatura se reunia. A ideia de experiência estética como atividade produtora, receptiva e comunicativa foi um ponto importante juntamente com a percepção do prazer estético como orientação fundamentadora (JAUSS, 1979).

Para Jauss (1979) há uma diferença entre o ato de recepção e o de interpretação. É a hermenêutica literária, ou seja, a teoria da interpretação de vários sinais como símbolos de uma cultura, que irá estabelecer a distinção entre dois modos de recepção. O primeiro diz respeito a um processo em que se concretizam o efeito e o significado do texto para o leitor contemporâneo. O segundo reconstrói o processo histórico pelo qual o texto é sempre recebido e interpretado diferentemente por leitores diversos. Sua grande preocupação foi com a construção de uma teoria que desse conta do processo dinâmico de produção e recepção e da dinâmica entre autor, obra e público.

O papel do leitor como algo fundamental para a leitura é enfatizado por diferentes pesquisadores da área. Um texto só se completa com o leitor. É ele, com seu horizonte de expectativas, para usar um termo de Jauss (1979), que dará sentido ao texto. Um sentido que expressa a relação entre o próprio texto e o contexto do leitor. Uma dimensão de apropriação e de subjetivação.

Neste sentido, a recepção põe a comunicação entre os dois lados da relação: texto e leitor. De um lado, o efeito condicionado pelo texto e de outro a recepção, condicionada pelo leitor. Surgem, portanto, dois horizontes: o interno e o literário. O primeiro construído pela obra, e o outro trazido pelo leitor de uma determinada sociedade em um momento específico.

Wolfgang Iser (1979), outro pensador que faz parte do universo de estudiosos da literatura e de sua recepção estética, irá colocar ao lado da teoria da recepção uma teoria do efeito estético. A seu ver, esta teoria “conduz, a partir dos processos de transformação, à constituição do sentido pelo leitor e que descreve a ficção como uma estrutura de comunicação” (ISER, 1979, p. 53). Assim, a literatura é vista como uma forma de comunicação e sua recepção não significa um consumo passivo, mas uma atividade estética, que aguarda uma aprovação ou recusa. Isso, porque a relação com o texto

é sempre ativa e receptiva: um leitor não pode concretizar a significação, o sentido potencial de uma obra, se ele não insere a sua pré-compreensão do mundo e da vida dentro do quadro de referências literárias do texto.

Umberto Eco (2009) em *Seis passeios pelos bosques da ficção* afirma que há muitas categorias de leitor. O leitor empírico e concreto, o implícito e o modelo. O implícito é pensado pelo autor e de alguma forma está presente no texto. O leitor modelo é um tipo ideal que o texto não só prevê como colaborador mas ainda procura criar. Ele não é o leitor empírico. Este pode ler de várias formas e não há lei que diga como deve ler. E o autor, como entidade empírica, escreve a história e decide que tipo de leitor modelo lhe compete construir. Para o intelectual italiano “Todo texto é uma máquina preguiçosa pedindo ao leitor que faça uma parte de seu trabalho” (ECO, 2009, p. 9). Essa perspectiva pressupõe um leitor ativo, que não só lê como interpreta, reage e dialoga com a obra.

A ideia de leitor modelo de Eco também está próxima da de Iser (apud ECO, 2009, p. 22). Para este último

[...] o leitor efetivamente faz o texto revelar sua multiplicidade potencial de associações. Tais associações são produto do trabalho da mente do leitor sobre o material bruto do texto, embora não sejam um texto em si – pois este consiste justamente em frases, afirmações, informação etc. [...] Essa interação obviamente não ocorre no texto em si, mas só pode existir através do processo de leitura. [...] Esse processo formula algo que não está formulado no texto e contudo representa sua “intenção”.

Fica evidente o papel ativo do leitor que, a partir do texto, irá produzir sua ou suas interpretações. É não só a razão de ser do texto e sua parada final, como seu complemento ou continuação estabelecendo um diálogo com a sua “intenção”, nem sempre clara ou preestabelecida pelo próprio autor. Algo como uma camada mais profunda ou mesmo invisível que vem à tona em função do papel ativo e interpretativo de quem o lê.

Alberto Manguel (1997, p. 19) salienta que ao ler o texto, o leitor dá significado a um objeto, lugar ou acontecimento. É ele que deve dar sentido a um sistema de signos e depois buscar decifrá-los. O ensaísta usa sua experiência de leitura para afirmar que aprendeu que esta é cumulativa e avança em progressão geométrica. Cada leitura nova não apenas se

baseia no que foi lido antes, como estabelece relações com isso. Portanto, para ele, “ler não é um processo automático de captura de um texto como um papel fotossensível captura a luz, mas um processo desconcertante, labiríntico, comum e, contudo, pessoal” (MANGUEL, 1997, p. 54).

O romance

A ascensão do romance – momento em que o gênero ganha um lugar central –, segundo o estudioso Ian Watt (1990), se deu na Inglaterra no século XVIII. Embora o contexto inicial não lhe fosse favorável pois havia um alto índice de semianalfabetos, a frequência escolar era breve e irregular, os alunos aprendiam rudimentos da leitura e os trabalhadores não sentiam necessidade de ler e escrever, pouco a pouco a leitura do romance foi se disseminando. A leitura ainda era vista como algo perigoso e ameaçador.

Com o aumento da classe média, cresceu também o público leitor e comprador de livros. Estes eram caros, embora houvesse algumas edições piratas com versões mais baratas, em geral, só acessíveis às classes mais abastadas. As bibliotecas públicas foram uma instituição importante nesse processo de difusão da leitura por possibilitarem o encontro do leitor com o romance que, a partir desse momento, verá sua disseminação se expandir na sociedade europeia.

Watt (1990, p. 34) ressalta que para o público feminino este gênero literário teve grande importância uma vez que foram as mulheres das classes alta e média que tinham tempo livre – o denominado ócio feminino – sendo as maiores consumidoras de livros por prazer e para entretenimento. E romances de autores como Daniel Defoe e Samuel Richardson (WATT, 1990, p. 52-53) são exemplo de literatura voltada para a classe média cujo ambiente de intimidade e privacidade possibilitará a construção de uma subjetividade individual.

O escritor Milan Kundera (2009, p. 7), autor de vários romances de sucesso, entre eles *A insustentável leveza do ser*, afirma que “a obra de cada romancista traz uma visão implícita da história do romance”. A seu ver, o romance é a obra da Europa e o conhecimento é a sua única moral. Kundera (2009) destaca Miguel de Cervantes como o fundador dos tempos modernos, porque com a sua obra mais importante, o romance *Dom*

Quixote, colocou no papel o mundo como ambiguidade. *Madame Bovary* é outro romance que o escritor destaca por ter procurado desvendar a vida secreta dos sentimentos da protagonista em suas páginas substituindo “o infinito perdido do mundo exterior pelo infinito da alma” (KUNDERA, 2009, p. 15).

Tcheco de nascimento e francês por opção, Kundera (2009) acredita que o mundo totalitário provoca o fim do romance por não suportar a ambiguidade. Para o romancista, são quatro os apelos do romance: o da diversão; o do sonho e sua liberdade em relação à verossimilhança; o do pensamento, que torna o romance a suprema síntese intelectual, e o do tempo estendido onde entram várias épocas históricas.

E se este gênero é visto como essa síntese, é importante lembrar, como afirma o romancista (2009, p. 15), que os primeiros romances europeus, começando por *Dom Quixote*, são “viagens através do mundo”. Serão essas viagens que transportarão os leitores para o desconhecido, o novo, o surpreendente. E meio século depois o foco estará, como se vê na obra de Balzac, na cidade, na vida urbana, no homem, no Estado.

O protagonismo que o romance alcançou em relação aos outros gêneros literários gerou uma relevante mudança no mundo da leitura e dos livros. Este gênero vai provocar e também permitir o surgimento de uma nova sensibilidade literária e sua leitura será também uma maneira de dar sentido à vida, como veremos em seguida em estudos empíricos sobre a influência dos romances na construção da individualidade do sujeito moderno.

A construção de si

O escritor turco Orhan Pamuk (2007, p. 58) em discurso proferido na cerimônia de entrega do Prêmio Friedenspreis de 2005, afirma que “a grande literatura não se dirige à nossa capacidade de julgamento, e sim à nossa capacidade de nos colocarmos no lugar do outro”. Essa pode ser uma chave importante para compreender o significado da leitura, em especial do romance, para determinadas pessoas e grupos.

Para Pamuk (2007), o romance é uma das maiores conquistas artísticas que a Europa produziu, um dos pilares de sua civilização e é o que faz a Europa ser o que é. Parece impossível pensar neste continente sem o romance.

O filósofo Michel Foucault em *A hermenêutica do sujeito* (2004b) nos ajuda a entender o significado do romance para a cultura europeia ao refletir sobre a subjetividade. Esta é constituída em uma relação com o discurso, uma influência determinante que vem do exterior para o interior do indivíduo. Para Foucault (1997) é o discurso que constitui a subjetividade. A construção de si é resultado da reunião de discursos do outro. Para o pensador (1997, p. 111) fazer “a história dos ‘cuidados’ e das ‘técnicas’ de si seria uma maneira de fazer a história da subjetividade [...] através do empreendimento e das transformações na nossa cultura, das ‘relações consigo mesmo’, com seu arcabouço técnico e seus efeitos de saber”. Para o intelectual francês, o cuidado de si é a base do sentido do imperativo “conhece-te a ti mesmo.”

Segundo a perspectiva de Foucault (1997), a subjetividade do sujeito é produzida por discursos exteriores a ele, e a literatura e o romance em especial podem ser vistos como um desses muitos discursos. Eles podem incluir desde os cuidados corporais – estéticos e de saúde –, a leitura de romances e de jornais até diálogos com amigos.

Aqui me interessa enfatizar o discurso literário como produtor de subjetividade no leitor. Concordamos com a antropóloga francesa Michèle Petit (2009, p. 111) quando ela destaca que a narrativa é uma necessidade antropológica e cita o pesquisador de Literatura, Pierre Bayard. Ele afirma “que os livros são uma segunda linguagem, aos quais recorreremos para falarmos de nós mesmos, um espaço privilegiado para a descoberta de si.” (BAYARD, 2007, p. 153 apud PETIT, 2009, p. 111).

Petit (2008) avança na discussão sobre a importância da literatura na constituição do indivíduo, em especial na infância e na adolescência. E novamente retorna ao escritor italiano – Italo Calvino – para pensar nas leituras juvenis e em sua função. Para Calvino (2007, p. 10)

[...] essas leituras de juventude [...] podem ser formativas no sentido de que dão uma forma às experiências futuras, fornecendo modelos, recipientes, termos de comparação, esquemas de classificação, escalas de valores, paradigmas de beleza: todas, coisas que continuam a valer mesmo que nos recordemos pouco ou nada do livro lido na juventude.

Será fundamental também pensar a literatura não apenas como um elemento de formação dos jovens. Na perspectiva do crítico literário Antônio Candido a literatura deve ser vista como uma necessidade universal.

[...] assim como não é possível haver equilíbrio psíquico sem o sonho durante o sono, talvez não haja equilíbrio social sem a literatura. [...] Vista deste modo a literatura aparece claramente como manifestação universal de todos os homens de todos os tempos. [...] Ora, se ninguém pode passar vinte quatro horas sem mergulhar no universo da ficção e da poesia, a literatura concebida no sentido amplo a que me referi parece corresponder a uma necessidade universal, que precisa ser satisfeita e sua satisfação constitui um direito. (CANDIDO, 2004, p. 42).

Seguindo na direção de Antônio Candido, para quem a literatura é um direito, podemos chegar na questão estudada pela historiadora norte-americana Lynn Hunt (2009) em *A invenção dos direitos humanos*. Nesta obra ela analisa três romances epistolares – *Pamela* (1740) e *Clarissa* (1747-8) de Samuel Richardson e *Julia ou A nova Heloisa* de Jean Jacques Rousseau (1761). Sua intenção é discutir o papel da empatia na elaboração dos Direitos Humanos. Para Hunt (2009, p. 39)

[...] a empatia só se desenvolve por meio da interação social e depende da identificação” [...] No século XVIII, os leitores de romances aprenderam a estender o seu alcance de empatia. Ao ler, eles sentiam empatia além de fronteiras sociais tradicionais entre os nobres e os plebeus, os senhores e os criados, os homens e as mulheres, talvez até entre os adultos e as crianças. Em consequência, passavam a ver os outros – indivíduos que não conheciam pessoalmente – como seus semelhantes, tendo os mesmos tipos de emoções internas.

A hipótese da autora (2009, p. 41) é que “a escalada extraordinária do romance” com a leitura das narrativas de Rousseau e Richardson no século XVIII teve efeitos psicológicos que estão ligados ao surgimento dos Direitos Humanos.

O filósofo, escritor e enciclopedista do Iluminismo Denis Diderot foi um dos grandes defensores do romance, e quando da morte de Richar-

dson irá afirmar que a narrativa do autor dá a impressão de que você está presente e, ainda mais, que esse é o seu mundo, e não um país muito distante, não um local exótico, não um conto de fadas, como salienta Hunt (2009, p. 55), Diderot enfatiza que “os seus personagens são tirados da sociedade comum [...] as paixões que ele pinta são as que sinto em mim mesmo”.

Para Hunt (2009) esse processo de identificação imaginativa – simpatia, possibilita que o leitor se identifique com o personagem, como o observador com a vítima de tortura numa alusão aos Direitos Humanos.

A ideia de construção de subjetividade está na base tanto das reflexões da historiadora Lynn Hunt quanto da antropóloga Michèle Petit. A diferença é que enquanto a antropóloga francesa está problematizando a importância dos efeitos da leitura sobre jovens e adolescentes, Hunt irá partir da recepção de romances do século XVIII para analisar o papel que tiveram na invenção da noção de Direitos Humanos. Enquanto a primeira vai expor um movimento que é de fora para dentro – do romance para o indivíduo –, a segunda tratará do movimento inverso. O que é expresso pelo indivíduo a partir da leitura do romance e de sua empatia com os personagens afetará a sociedade. O primeiro parte do texto para o indivíduo e o outro do indivíduo para o social.

Temos aqui um encontro de visões semelhantes em Pamuk e Diderot sobre o papel do romance. O escritor turco fala em colocar-se no lugar do outro e o enciclopedista enfatiza a empatia que vivenciou através da ficção (PAMUK, 2009, p. 57-58).

Jovens na França

A experiência da antropóloga francesa Michèle Petit (2008) com adolescentes e sua relação com a leitura aponta uma saída para o círculo vicioso escola- leitura que nem sempre leva a um lugar prazeroso e de aprendizagem no seu sentido mais amplo. Ela chama atenção para as particularidades da adolescência e suas indefinições. E salienta que

[...] a solidão na adolescência pode ser assustadora, mesmo que se veja frequentemente em grupo. [...] Temos ainda um mundo exterior sentido como hostil, excludente, que deixa pouco espaço. Temos também um mundo interior estranho, inquietante. Uma idade das mais desconfortáveis, mas também das mais exaltantes e, às vezes, das

mais exaltadas, pois é nela que o radicalismo das pulsões se faz sentir também nos ideais. (PETIT, 2008, p. 50).

A autora lembra que é um momento em que se precisa estar informado, para encontrar palavras, para experimentar afetos, tensões e angústias universais. Petit (2008) realizou uma pesquisa com 90 adolescentes, que consistiu em entrevistas abertas e em profundidade para, a partir da escuta destes jovens, refletir sobre a contribuição das bibliotecas públicas na luta contra os processos de exclusão e marginalização na França. Esses jovens de pouco mais de 15 anos, morando em seis cidades diferentes e pertencendo a contextos econômicos, sociais e espaciais distintos tinham muito a dizer. Um dos pontos que a pesquisadora destaca é como

[...] a leitura pode até mesmo tornar-se vital quanto sentem que alguma coisa os singulariza; uma dificuldade afetiva, a solidão, a hipersensibilidade. [...] Os livros se oferecem a eles, e mais ainda a elas, quando tudo parece estar fechado: suas feridas e suas esperanças secretas, outros souberam dizê-las, com palavras que os libertam, que revelam algo que eles, ou elas ainda não sabiam que eram. (PETIT, 2008, p. 56).

Ler para esses jovens é a oportunidade de encontrar um tempo para si mesmos, de imaginar outras possibilidades e reforçar o espírito crítico. E o romance é o “livro” por excelência para eles também. Ao mesmo tempo sua relação com os livros fala de uma exigência poética, de uma necessidade de sonhar, de imaginar, de encontrar sentido seja para sua história particular e individual, seja para o mundo que os rodeia. A leitura vai abrir a possibilidade de uma construção individual de subjetividade nos termos de Foucault (2004b).

A fala do jovem de origem senegalesa, Daoud (PETIT, 2008, p. 32) é exemplar do significado da experiência da leitura, no caso da pesquisa da antropóloga francesa sobre a biblioteca como espaço de contato e proximidade com a literatura.

Para mim, a leitura não é uma diversão, é algo que me constrói. A biblioteca me permitiu imaginar filmes, fazer meus próprios filmes como se eu fosse um diretor. Ia com frequência à biblioteca para ler histórias em quadrinhos, mas parava nos livros. Às vezes, lia o resumo

dos livros grossos e densos, imaginava a história; lia a primeira página, a primeira linha e presumia tudo o que se passava.

O depoimento de Daoud expressa a relação entre sua construção de si e o contato com o texto. É nessa intersubjetividade – entre texto e leitor – que os indivíduos se constituem. Não como simples repositórios de texto mas como indivíduos ativos que misturam sua imaginação com a escrita do autor.

Não é à toa que Petit (2008, p. 38) ao longo de sua pesquisa e da escuta desses jovens percebe que ler permite a eles, “decifrar sua própria experiência”. É o texto que ajuda-os a se descobrirem, se nomearem e lhe darem um lugar. E aqui não importa se o texto lido é considerado literatura de entretenimento ou um clássico consagrado. O que está em questão é a capacidade de produção de sentido por seu leitor. Volto ao escritor Salman Rushdie (1993, p. 23) que lembra que o significado que damos aos textos que lemos é elaborado por nós, pois “é um edifício que construímos com fragmentos, dogmas, feridas da infância, artigos de jornais, observações feitas ao acaso, velhos filmes, pequenas vitórias, pessoas que odiamos, pessoas que amamos”.

Mulheres no Ceará

A investigação de Roberta Manuela Andrade e Erotildes Silva (2011) sobre uma comunidade de mulheres leitoras na cidade de Fortaleza, Ceará, lança luz sobre como leem e qual a sua relação com a literatura.

As pesquisadoras trabalharam em três espaços distintos: bancas de jornais e sebos da cidade, em um grupo de 15 leitoras que se reúne na Granja Portugal e em uma comunidade de leitoras no Orkut denominada *Adoro romances em Fortaleza* que também se encontra pessoalmente. As leitoras se conheceram através de contatos diretos em lugares públicos e consomem livros em bancas de jornais, sebos e no site *Estante virtual*. Elas leem livros das coleções *Julia*, *Sabrina* e *Bianca* e em um ritmo intenso de leitura diária ou quase diária. Cada romance tem em torno de 150 a 250 páginas e são lidos em média entre cinco e 10 romances ao mês. Ficou evidente, pelos depoimentos, que a leitura faz parte de suas vidas e elas estabelecem com os livros uma relação prazerosa que está associada ao lazer.

Aqui focarei no grupo *Adoro Romances em Fortaleza* (ARF) formado por 117 mulheres, com poder aquisitivo e nível de escolaridade maior do que os outros grupos e que estão na faixa de 25 anos de idade. Dentre elas, 15 foram contatadas pelas pesquisadoras pessoalmente. Elas situam a leitura dos romances sentimentais dentro de um espaço de ócio, não de trabalho, onde ler está inserido no tempo de relaxamento que significa um “momento só para si”. Andrade e Silva (2011, p. 5) apontam para a sociabilidade que envolve os encontros que tem como base a discussão sobre os romances, mas que também servem “para comemorar aniversários, jogar conversa fora, partilhar experiências relativas à vida doméstica, ao mundo do trabalho e à relações conjugais”.

Por outro lado, ficou evidente através da narrativa das pesquisadoras (2011, p. 3) que as leituras dos “romances sentimentais” não atendem apenas a um desejo de lazer, mas funcionam como “uma mediação para construção de identidades e de interações moldadas por laços de afeto e solidariedade”. Podemos perceber, que a particularidade desse universo feminino é se constituir a partir da prática leitora desse tipo de romance. Mas como lembram Andrade e Silva (2011, p. 6), “a conversa não está restrita ao mundo da leitura de romances sentimentais.”

As autoras (2011, p. 11) destacam que as próprias mulheres veem a leitura como “um lazer engajado, utilitário”. Ou seja, ela está na esfera do prazer, mas tem a função de ensinar sobre lugares e tempos distantes. Não é uma atividade totalmente descompromissada cujo objetivo é a distração exclusivamente. A leitura como “puro” prazer também não é justificada. Essas mulheres precisam “aprender” alguma coisa com ela já que esta tem também uma finalidade objetiva e socialmente justificada.

Qual é o lugar desses romances sentimentais em suas vidas? Para além do prazer da leitura e de sua conexão com o lazer, é possível afirmar que trata-se de um momento em que a racionalidade é deixada de lado, assim como as rotinas produtivas, para mergulharem no mundo das emoções onde as paixões e o excesso têm lugar. Aqui gostaria de salientar as diferenças e nuances entre os dois estudos de leitores. Se na França os jovens estão se descobrindo através da leitura, as mulheres cearenses buscam um espaço de sonho e amor para aliviá-las das demandas do mundo do trabalho e da família. Vale destacar que a maioria das mulheres formou seu hábito de leitura na adolescência.

Considerações finais

Ao longo desse artigo foi enfatizado que a leitura é uma prática cultural que sofreu e sofre inúmeras transformações. Da leitura intensiva e em voz alta na Idade Média à leitura extensiva e silenciosa. Da mesma forma os processos de construção de si, possibilitados por ela, apresentam muitas possibilidades e nuances em função da época, do lugar e do grupo em questão.

O leitor tem um papel fundamental na leitura como afirmam diferentes estudiosos do tema. Um texto só se completa com o leitor. É ele, com seu horizonte de expectativas, para usar um termo de Jauss (1996), que dará sentido ao texto. Um sentido que expressa a relação entre o próprio texto e o contexto do leitor. Uma dimensão de apropriação e de subjetivação.

As duas pesquisas apresentadas brevemente neste trabalho demonstram a importância do romance como gênero privilegiado para os leitores contemporâneos, sejam eles do Ceará ou da França. A literatura é vista como um espaço de subjetividade no qual é possível pensar em si, como expressam as falas dos jovens franceses, assim como a prática leitora também pode ser entendida como um tempo para si, de prazer e fruição, apontado pelas mulheres cearenses.

A experiência com jovens na França descrita por Michèle Petit (2008) joga luz sobre a relação entre os jovens e os livros e aponta para uma perspectiva transformadora da leitura em suas vidas. Kundera (2009, p. 24) fala que o espírito do romance é o espírito de complexidade e isso talvez ajude a entender seu sucesso junto aos leitores e também o seu papel na construção da subjetividade. Porque será a percepção da complexidade dos personagens que ajudará os jovens franceses e as mulheres cearenses a lidarem com seus desejos, sentimentos e visões de mundo se reconhecendo como seres complexos, contraditórios e erráticos em suas trajetórias de vida.

Esses dois estudos de caso, resultado de pesquisas empíricas com grupos distintos, permitiram uma aproximação de leitores e leitoras, entendendo suas escolhas – em particular o grupo de mulheres do Ceará que consomem romances sentimentais – e os jovens que buscam na leitura uma forma de apoio para a ampliação do seu conhecimento do mundo e de si próprios.

Por fim, gostaria de enfatizar que o livro não tem sido um objeto privilegiado de pesquisa no campo da Comunicação, não sendo muitas vezes

entendido como um produto da indústria cultural, mas visto apenas como parte dos estudos literários ou históricos. E se são poucos os estudos sobre ele, mais raros ainda são as pesquisas sobre a relação dos leitores com o livro e seu papel na construção de suas subjetividades.

De maneira geral, nos cursos de Comunicação no Brasil o livro, o mercado editorial e o leitor não têm sido objeto de estudo privilegiado. As exceções são as Universidades de São Paulo, USP, de Santa Maria, UFSM, e do Rio de Janeiro, Eco- UFRJ, que possuem cursos de Produção Editorial como uma habilitação, bem como o Grupo de Pesquisa em Produção Editorial da Intercom, que vem desde a última década reunindo com afincos pesquisadores e estudantes envolvidos com o tema e do qual este artigo e o livro em que se insere fazem parte.

Referências

- ANDRADE, Roberta Manuela. de & SILVA, Eroltildes H. Quem lê tanto romance? As práticas de leitura dos livros do coração. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, Pernambuco, 2011.
- BAYARD, Pierre. *Comment parler des livres qu'on n'a pas lu?* Paris: Ed. Minuit, 2007.
- BERNARDO, Gustavo. O conceito de literatura. In: JOBIM, José Luís (org.). *Introdução aos termos literários*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. p. 135-169.
- BOURDIEU, Pierre; CHARTIER, Roger. A leitura: uma prática cultural. In: CHARTIER, Roger. *Práticas de leitura*. Tradução: Cristiane Nascimento. São Paulo: Estação liberdade, 1996.
- CALVINO, Italo. *Por que ler os clássicos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- CANDIDO, Antonio. *Vários escritos*. SP/RJ: Duas Cidades/Ouro sobre azul, 2004.
- CHARTIER, Roger. (org.) *Pratiques de la lecture*. Paris: Payot, 1993.
- _____. *A ordem dos livros*. Brasília: EdUNB, 1994.
- _____. *A aventura do livro do leitor ao navegador*. São Paulo: Editora da UNESP, 1998.
- DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- ECO, Umberto. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- ESCARPIT, Robert. *Sociologia da literatura*. Lisboa: Arcádia, 1969.
- FOUCAULT, Michel. A ética do cuidado de si como prática. In: MOTTA, M. Barros da (org.) *Ética, sexualidade, política*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004a. p. 264-287.
- _____. *A hermenêutica do sujeito*. São Paulo: Martins Fontes, 2004b.

_____. *Resumo dos cursos do Collège de France (1970-1982)*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

GALLAND, Antoine. (versão de). *As Mil e uma noites*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2000.

GOODY, Jack. *Literacy in Traditional Societies*. Cambridge: Cambridge University Press, 1968.

HEBRARD, Jean. O autodidatismo exemplar. Como Valentim Jamerey-Duval aprendeu a ler?. In: CHARTIER, R. (org.) *Práticas de leitura*. São Paulo: Estação das Letras, 2011. p. 35-74.

HOGGART, Richard. *The Uses of Literacy: Aspects of Working-Class Life with special reference to publications and entertainments*. Londres: Chatto and Windus, 1957.

HUNT, Lynn. *A invenção dos direitos humanos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

ISER, Wolfgang. A interação do texto com o leitor. In: LIMA, Luiz Costa. *A literatura e o leitor*. São Paulo: Paz e Terra, 1979. p. 83-132.

JAUSS, Hans Robert. A Estética da recepção: colocações gerais. In: COSTA LIMA, Luiz (org.). *A literatura e o leitor: textos de estética da recepção*. SP: Paz e terra, 1979.

_____. *Pour une esthétique de la réception*. Paris: Gallimard, 1996.

KUNDERA, Milan. *A arte do romance*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MANGUEL, Alberto. *Uma história da leitura*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

PAMUK, Orhan. *A mala do meu pai*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

PETIT, Michèle. *Os jovens e a leitura*. São Paulo: Editora 34, 2008

_____. *A arte de ler ou como resistir à adversidade*. São Paulo: Editora 34, 2009.

PROENÇA, Domicio. *A linguagem literária*. São Paulo: Ática, 2007.

RUSHDIE, Salman. *Patries imaginaires*. Paris10/18-Christian Bour-
gueois, 1993.

WATT, Ian. *A ascensão do romance*. São Paulo: Companhia das Letras,
1990.

CAPÍTULO 2

Uma aventura de leitores no país metafórico dos livros

ANDRÉ CARLOS MORAES

Introdução

Você está lendo uma obra sobre Produção Editorial, um livro que trata, entre outros assuntos, de livros. Para ficar no campo da literatura, imagine que este capítulo, que traz relatos de leitores em um cenário contemporâneo, seja o equivalente acadêmico de uma daquelas histórias de aventura que muitas vezes são lidas na juventude. Um conto com caçadores, piratas, escapadas e explorações em territórios desconhecidos, aqui e ali pontuado por viagens ao passado e até mesmo com alguns toques de ficção científica.

As próximas páginas trazem dados de uma pesquisa realizada ao longo de seis anos com estudantes universitários, durante a qual foram observados hábitos de leitura e estudo dos jovens, sua relação com os livros e com outros suportes de conteúdo. A imagem do conto de aventuras em uma terra fabulosa é mais do que um artifício para introduzir o assunto. Aqui, a metáfora funciona como uma guia para que seja explorado o emaranhado de meios e suportes comunicacionais em que se encontram embrenhados os leitores.

Justamente, há uma dimensão metafórica recorrente nos próprios

estudos sobre o livro. Imagens geográficas costumam ser empregadas por teóricos e até profissionais para auxiliar na visualização de fenômenos ligados à indústria editorial e à atuação dos leitores. Não raro, como será visto a partir do cotejo com dados empíricos, também os usuários dos livros lançam mão de construções simbólicas ou metáforas para definir a si mesmos em sua ação de leitura. Compreender essa curiosa tradição de analogias territoriais é útil ao indicar o regime representacional com o qual estão envolvidos tanto os estudiosos quanto os fãs do livro.

Para adentrar o tema do capítulo, então, a próxima seção começa seguindo o mapa da própria metáfora.

Mapeando uma metáfora

A analogia das letras com um território é razoavelmente antiga. Peter Burke situa este conceito historicamente:

Na fase inicial do período moderno, às vezes representava-se o mundo erudito como um país, a comunidade do saber ou a “república das letras” (*république des lettres*, *Gelehrtenrepublik* etc.). Essa república era essencialmente uma comunidade imaginada, às vezes descrita como uma metáfora política, em que a república tinha um senado, leis e assim por diante. (BURKE, 2012, p. 248).

A República das Letras também é citada por Robert Darnton ao investigar o intercâmbio intelectual do Iluminismo. Ele detalha:

O século XVIII imaginava a República das Letras como um domínio sem polícia, sem fronteiras, e sem desigualdades outras que aquelas determinadas pela extensão do talento. Qualquer um podia entrar, exercendo os dois atributos principais da cidadania, a escrita e a leitura. (DARNTON, 2009, p.4, tradução nossa).

Esta metáfora referida por Burke e Darnton diz respeito a um período histórico específico. Entretanto, a analogia geográfica ainda enseja aplicações funcionais na argumentação de autores contemporâneos. No ensaio dedicado à leitura *The Pleasures of Reading in an Age of Distraction*, de 2011, o norte-americano Alan Jacobs menciona que a

[...] comunidade leitora, livreira, se estendendo através do tempo e do espaço, ainda tem muitos adeptos; não-leitores ainda nos superaram em número – sempre o fizeram e sempre farão – mas sempre podemos encontrar uns aos outros e estamos sempre prontos para dar boas-vindas a outros em nosso meio. Que nossa tribo possa prosperar. (JACOBS, 2011, p. 150, tradução nossa).

A “tribo” de Jacobs (2011, p. 150) e a República das Letras mencionada por Darnton (2009, p. 4) e Burke (2012, p. 248) são territórios metafóricos para simbolizar a comunidade de leitores ou a dos eruditos. Mas há outra analogia geográfica, também contemporânea, aplicada à própria fisicalidade dos livros. Está presente, inclusive, em todos os produtos da indústria editorial.

O norte-americano Ted Striphas (2011) detalha a curiosa história do código de barras adotado como padrão global nos livros a partir dos anos 80, conhecido como *Bookland EAN* (STRIPHAS, 2011, p. 97). A indústria editorial, explica Striphas, adotou nos anos 1970 o *International Standard Book Number* (ISBN), um número individual de dez dígitos atribuído a cada obra publicada, gerido por uma agência internacional. Este sistema derivava de um padrão mais antigo britânico, o *Standard Book Number* (SBN), que datava dos anos 1960 (STRIPHAS, 2011). Nos anos 1980, conta o autor, a entidade gestora do ISBN decidiu adotar o padrão de códigos de barras *European Article Number* (EAN), utilizado em uma ampla gama de produtos industrializados. Porém, havia uma diferença fundamental entre os dois sistemas: o ISBN tinha dez dígitos e o EAN requeria 13. Cada um destes padrões já continha, dentro da numeração, prefixos para o país de origem e fabricante ou produtor, além de cada produto específico.

A solução para portar os livros com ISBN para dentro do sistema EAN foi atribuir a todos os volumes um prefixo de três dígitos, 978, referente a um país imaginário que foi descrito como “Bookland, aquele maravilhoso, fictício país de onde vêm todos os livros” (STRIPHAS, 2011, p. 97, tradução nossa). Vem daí, explica o autor, o nome do padrão de código de barras empregado atualmente nos livros, o *Bookland EAN*. “Peculiar como possa parecer, a decisão da EAN internacional de designar a indústria do livro como um país foi prática e calculada, permitindo que se preservasse

a integridade da estrutura ISBN dentro da codificação EAN”, explica Striphas (2011, p. 97, tradução nossa).

É interessante observar como a metáfora dos livros como um país perpassa eras e domínios, tanto na perspectiva historiográfica de Darnton (2009) e Burke (2012) quanto na organização industrial analisada por Striphas (2011). Em outros casos, a analogia geográfica chega a se constituir, ela mesma, em ferramenta teórica e conceitual. É o caso de Michel de Certeau, que em *Ler: uma operação de caça*, que integra seu *A Invenção do Cotidiano*, escreve: “[...] os leitores são viajantes; circulam em terras alheias, nômades caçando por conta própria através dos campos que não escreveram [...]” (CERTEAU, 1998, p. 269-270). Esta afirmação axiomática faz parte da proposta investigatória de Certeau a respeito do que chama de “politização das práticas cotidianas” e “táticas de consumo, engenhosidades do fraco para tirar partido do forte” (CERTEAU, 1998, p. 45).

No caso de Certeau, a analogia geográfica segue ao longo de sua discussão sobre a imposição de interpretações e leituras:

A leitura fica de certo modo obliterada por uma relação de forças (entre mestres e alunos, ou entre produtores e consumidores), das quais ela se torna o instrumento. A utilização do livro por pessoas privilegiadas o estabelece como um segredo do qual somente eles são os “verdadeiros” intérpretes. Levanta entre o texto e seus leitores uma fronteira que para ultrapassar somente eles entregam os passaportes [...] (CERTEAU, 1998, p. 267).

São metáforas territoriais, neste trecho, as alusões à “fronteira”, ao ato de “ultrapassar” e aos “passaportes” (CERTEAU, 1998). Como é comum entre autores franceses, e especialmente em Certeau, o emprego de imagens, de forma semelhante ao que acontece na poesia, é um auxílio para comunicar ao leitor raciocínios abstratos. No caso acima, trata-se de uma teorização introduzida através de recurso metafórico. O interessante é que, novamente, a metáfora específica aplicada ao livro é geográfica. E se a *Bookland* citada por Striphas (2011) era uma terra fabulosa, e a República das Letras mencionada por Darnton (2009) uma utopia iluminista na qual não havia fronteiras, o território de que fala Certeau é um espaço de conflitos, barreiras e passaportes.

A imagem de Certeau, que integra, portanto, uma tradição de metá-

foras ligadas ao livro, é uma das chaves interpretativas para os dados observacionais que serão abordados na próxima seção.

Leitores

O estudo mencionado na Introdução cujos dados empíricos são empregados aqui integrou a tese de doutorado do autor deste capítulo¹. Trata-se de um levantamento com estudantes universitários de primeiro ano da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), realizado em três etapas, em 2011, 2014 e 2016. Os alunos responderam a um questionário fechado autopreenchido que perguntava sobre táticas de estudo e hábitos pessoais de leitura. Participaram estudantes de Medicina, Direito, Psicologia, Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Relações Públicas, Letras, Biologia, Ciência da Computação, Engenharia Civil e Veterinária. Foram 667 participantes que responderam ao formulário em sala de aula, dos quais 31 também foram entrevistados posteriormente por telefone. Entre os objetivos do trabalho estava a observação das escolhas de plataforma de estudo ou leitura por parte dos estudantes. Buscava-se compreender em um contexto empírico como o livro tradicional convive, no contexto informacional dos jovens, com outros meios de comunicação e suportes de conteúdo.

Um dos fenômenos observados a partir das respostas dos estudantes foi, justamente, uma certa classe de metáforas espaciais. Era, especificamente, algo ligado ao ato físico de ler. Entre os temas investigados durante as entrevistas semiestruturadas com os estudantes estava o dos hábitos pessoais de leitura. Buscava-se descobrir como e onde os alunos liam. Uma pergunta era se os estudantes tinham o hábito de fazer duas atividades ao mesmo tempo, como ler ou estudar escutando música. O objetivo seria avaliar se tinham hábitos multitarefa ou se, por outro lado, eram mais afeitos à leitura imersiva de foco único, que é destacada por autores como Sven Birkerts (2006) e David Ulin (2010).

Dos 31 entrevistados, 18 mencionaram preferir ler ou estudar em

1. Os dados e alguns trechos da análise foram extraídos da tese do autor (MORAES, 2017), apresentada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM UFRGS), com orientação de Ana Cláudia Gruszynski. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/157673>>. Acesso em: 27 jun. 2018.

silêncio. A descrição de uma estudante de Medicina de 19 anos sobre onde costumava ler é representativa da maioria das respostas:

Ah, sempre que eu tenho tempo, no trem, no intervalo de aula, quando eu chego em casa... Para relaxar um pouco, antes de estudar. Mas normalmente quando eu estou lendo não gosto de fazer outra coisa, não gosto de ouvir música, me desconcentra. Preciso de um pouco de silêncio em volta. Também tenho que estar sentada, ou encostada, para não ter tanta coisa em volta. Mas o tempo no trem eu consigo ler, porque aí a gente acaba entrando. Não me incomoda tanto. Mas fone de ouvido não gosto, porque aí fico escutando a música, e aí fico tentando ler...

Há nuances de preferência entre essa necessidade de ler em silêncio. Uma estudante de Jornalismo de 18 anos contou que precisava de silêncio absoluto tanto para ler quanto estudar: “Sim, eu tenho que ficar bem concentrada. Não posso ter tevê ligada, uma coisa, senão me distraio. [risos].” Outros relataram tolerar algum nível de ruído para estudar. Uma estudante de Biologia de 19 anos disse que para ler precisava de silêncio: “Não, geralmente quando eu leio eu só leio. Porque eu acabo me concentrando muito e não consigo me concentrar em outra coisa.” Já para estudar, comentou: “É, pra estudar... Também. Geralmente... Às vezes eu pego alguma outra coisa para fazer assim um pouco de um, um pouco de outro, ficar alternando. Também se tiver barulho em volta até não me importo tanto, mas eu prefiro só estudar se der.”

A concentração e o silêncio como ausência de outros suportes aparecem no comentário de uma estudante de Direito de 17 anos. Ela havia dito “Não, eu não consigo fazer nada ao mesmo tempo que ler”. Mas também acrescentou:

Normalmente eu leio quando eu tou, assim, no ônibus, indo para casa, ou, assim, ou quando, sei lá, falta luz, realmente, quando eu estou em casa, eu não estou lendo, a não ser que eu esteja lendo um livro muito bom, aí eu estou lendo. Mas eu não consigo fazer outra coisa que exija concentração e ler ao mesmo tempo.

Mais do que silêncio, os alunos citados parecem descrever experiências de imersão, nas quais sentem a necessidade de absorção na leitura ou

estudo. A estudante de Medicina falava que conseguia ler no trem porque “a gente acaba entrando”. Similarmente, a de Jornalismo narrava experiência parecida:

Eu gosto de estudar no silêncio, eu sozinha no quarto. Claro, consigo estudar, sei lá, lendo no ônibus, por exemplo. Aí eu consigo, sabe, porque aí eu fico fora do meu mundo. Agora, se eu tenho muita distração, eu acho que não consigo absorver tão bem o conteúdo, assim.

O “entrar” da estudante de Medicina e o “fora do meu mundo” da estudante de Jornalismo, usados para descrever experiências de leitura concentrada mesmo no transporte público, são, ambos, metáforas espaciais. Podem ser uma associação natural com o ato físico de ler, que alguns depoimentos associam a posturas e localizações específicas.

A questão espacial, justamente, parece relacionada com os hábitos de leitura de um grupo menor de estudantes entrevistados. Dez alunos comentaram ter o hábito de ler ou estudar escutando música. Em alguns desses depoimentos, houve menção às condições de espaço físico das quais a ação de leitura era dependente. De um aluno de Publicidade de 22 anos:

Eu... Quase sempre leio escutando música. Tenho esse hábito, assim. Até me ajuda a me concentrar. Porque eu me preocupo com distração somente quando eu ouço algum barulho aleatório, assim. Mas só ouvindo música. Eu tenho o hábito de desligar o celular e me fechar no quarto para não ter interferência externa.

O estudante buscava, literalmente, espaço para a leitura, já que mencionou se fechar no quarto para ler. A constituição deste ambiente, no caso dele, passava também por uma segunda plataforma além da impressa. Ele escutava música, até como forma de se proteger, dentro de seu espaço de leitura, do “barulho aleatório” que descrevia como uma distração ou “interferência externa”.

Outros mencionaram hábitos parecidos, empregando a música para criar um espaço ou ambiente propício à leitura. De uma estudante de Ciência da Computação de 17 anos:

Não, não consigo estudar [risos] escutando música, não consigo, eu preciso de concentração. Mas ler escutando música eu realmente gos-

to. Dependendo do livro, sabe? Quando é um livro mais, Augusto Cury, assim, uma coisa mais filosófica, daí eu prefiro ficar no silêncio, mas quando é um livro mais, sabe, tipo nerdices, ou coisas do tipo assim, eu prefiro ler ouvindo música, que eu acho que... Acho legal. Dá um clima.

Perguntada sobre como escutava música, nestes casos, a estudante acrescentou: “Música de fone. Apesar de eu não gostar muito. Mas é que a minha mãe tem escritório em casa [...], então eu atrapalho ela pra escutar música alto.”

Caso semelhante, uma estudante de Jornalismo de 19 anos, quando perguntada se lia escutando música, respondeu: “Sim, sim. Sempre [risos]. Leio escutando música, até estudar escutando música.” Quando perguntada sobre os locais onde lia desta forma, respondeu:

No ônibus, assim, eu leio só lazer, assim. É difícil me concentrar em estudo, estudo, assim, no ônibus. E pra estudar, eu estudo geralmente ou no meu quarto, ou na sala, tem um cantinho que tem um sofazinho que é bom de estudar.

Sobre como escutava música nessa circunstância, disse que usava fones.

Os três estudantes de Publicidade, Computação e Jornalismo citados acima compartilhavam um ritual de leitura. Eles criavam ambientes para ler que eram tanto espaços físicos quanto acústicos. Todos empregavam a música – um suporte de conteúdo em si mesma – para obter um efeito que a aluna de Computação descrevia como “clima”.

Outros estudantes lançavam mão de um ou mais suportes ou plataformas para criar o ambiente de leitura que preferiam. De uma estudante de Publicidade: “Às vezes quando eu tou, não sei, no transporte público, ou viajando, aí eu leio e escuto música ao mesmo tempo. Mas só assim.” De um aluno de Letras: “Eu almoço ouvindo podcast ou audiolivro.” Outra estudante de Publicidade: “Eu tenho dificuldade de ler sem mais nada em volta, assim [risos]. [...] geralmente eu coloco uma música, ou fico do lado com internet aberta, enfim.”

Perguntada se lia escutando música, uma estudante da Publicidade falou:

Sim, mas aí depende. Se a minha leitura é muito difícil, eu não posso escutar música que eu conheça, eu tenho que escutar músicas dife-

rentes, senão eu fico prestando atenção na música. Mas eu costumo assim fazer algumas coisas ao mesmo tempo. Ou deixo um vídeo passando no Youtube, sei lá, eu preciso de barulho, sabe?

Interessante, no caso desta aluna, é que, dentro de sua preferência por “barulho”, ela faz questão de escutar música que não conheça, para que não preste atenção nela. Ao contrário do exemplo mais acima de um aluno de Publicidade, que não gostava do que chamava de “barulhos aleatórios”, ela, pelo contrário, prefere ruídos de fundo não identificáveis, o que se estende para música em geral e vídeos do Youtube.

Um aluno de Jornalismo relata uma preferência, justamente, por sons disruptivos. Quando perguntado se lia escutando música, explicou:

Sim, eu costumo fazer isso aí. Às vezes eu... eu percebo que não rende tão bem o estudo, mas é... A vida toda eu fui acostumado assim, de fazer duas coisas ao mesmo tempo. Ou às vezes tar com o celular perto também quando estuda, ou ouvir música estudando, ou deixar até a tevê ligada, pra ter umas distrações em alguns momentos.

Ele menciona explicitamente que procura “umas distrações em alguns momentos”, lançando mão de celular, música ou tevê. Curiosamente, ele comenta que desta forma “não rende tão bem”, mas que foi “acostumado assim”.

Desde a busca por silêncio absoluto até a opção intencional por distrações, os estudantes entrevistados se distribuem por um gradiente de preferências de ambientes de leitura e estudo, com ampla maioria de opções pelo silêncio, embora não sem exceções. Um ponto em comum, mesmo na diversidade de casos, é a manipulação dos espaços. Os alunos relatam o esforço de se retirar para quartos ou, no mínimo, a adoção de posturas específicas, como sentados ou recostados, algumas vezes tomando outros cuidados para se isolar, como desligar televisão ou celulares. Igualmente interessante é o hábito do subgrupo de alunos que emprega música ou suportes audiovisuais como forma de criar um ambiente de leitura. Seja pela preferência de algum ruído de fundo, seja porque a música é empregada para abafar outros barulhos, fones de ouvido, televisão e até vídeos da internet são usados com este fim.

Curiosamente, a plataforma que estiver sendo empregada para criar

esse efeito de cortina sonora não é, na maioria das vezes, empregada com base no conteúdo. Embora alguns estudantes relatem a preferência por determinados tipos de música, alguns dos alunos relatam deixar tevê ou Youtube ligados só para fazer barulho. É interessante, neste caso, a tática de manipular canais de comunicação. A fim de criar espaço para se concentrar no meio impresso ou eletrônico de leitura, alguns estudantes empregam um segundo ou mesmo um terceiro suporte, apenas como apoio, e independentemente de seu conteúdo. É uma forma de empregar ativamente, em seu próprio favor e com suas próprias regras, os suportes de comunicação, embora, em certa medida, à revelia de seu propósito original.

Interessante para o tema deste capítulo, ainda, é como a metáfora espacial, no caso dos relatos dos estudantes, é uma associação natural com ações individuais de leitura. Entre a expressão “fora do meu mundo”, usada por uma aluna para descrever o processo de imersão no ato de ler, e a descrição do aluno que relatou se trancar no quarto para obter concentração, há uma continuidade lógica entre o espaço metafórico e o espaço físico, que também pode se apresentar sob a forma virtual de um espaço acústico, criado pelos fones de ouvido ou outros aparelhos. Se não há, entre esses relatos apresentados, imagens tão abrangentes quanto a República das Letras de Darnton (2009) e Burke (2012) ou a tribo de Jacobs (2011), pode-se vislumbrar, ainda assim, o processo analógico pelo qual as ações físicas, corporais, de leitura tendem a ensinar uma simbologia espacial, até geográfica.

Entenda os relatos de leitores desta seção como crônicas de viagem sobre o país metafórico dos livros. A seção a seguir traz dados quantitativos, por sua vez algo parecido com uma estatística demográfica deste território imaginário.

Trajatórias

Um dos aspectos da observação junto aos estudantes, como seria de se esperar em um levantamento empírico com leitores, foram as múltiplas trajetórias de leitura. A partir dos depoimentos dos alunos apresentados na seção anterior, já era possível entrever diferentes táticas de estudo e mesmo de lazer, que podiam passar por configurações físicas do ambiente (caso dos alunos que relatavam buscar espaços específicos para ler) ou

mesmo configuração comunicacional (situação daqueles que criavam espaços acústicos para ler, usando fones ou o barulho da tevê). Outra maneira de mapear este contexto informacional dos estudantes, dentro da pesquisa, consistiu em um levantamento quantitativo. Foi a porção do estudo que envolveu tabulação de questionários fechados.

Nesta etapa da observação, uma das perguntas era referente às categorias pelas quais os estudantes haviam optado para o estudo da lista de leituras obrigatórias da prova de literatura do vestibular da UFRGS. Anualmente, os candidatos recebem uma relação de doze títulos de autores brasileiros e portugueses, conjunto de textos que cairá na prova daquele ano. O propósito da pesquisa era observar quais as modalidades empregadas pelos alunos para tomar contato com a lista. Os dados com o total das três rodadas (2011, 2014 e 2016) podem ser vistos na Tabela 1.

Suporte empregado	Estudantes	(%)
Livro impresso	603	90,40%
Aula	472	70,76%
Resumo impresso	404	60,57%
Resumo Internet	296	44,38%
Xerox ou apostila	259	38,83%
Texto no computador	231	34,63%
Filme ou documentário	154	23,09%
Audiolivro	95	14,24%
Leitor de e-book, celular ou tablet	57	8,55%
Outros: Teatro	36	5,40%
Outros: Palestra	4	0,60%
Outros: Youtube	2	0,30%
Outros: Slides	1	0,15%
Outros: resumo não especificado	1	0,15%
Outros: Sarau	1	0,15%

Tabela 1 - Dados sobre uso de suportes dos alunos amostrados de 2011 a 2016.

Fonte: Moraes (2017)

Como se nota pela Tabela 1, houve preponderância do livro impresso como forma de contato com os títulos da lista, por larga margem (cerca de vinte pontos percentuais). Mas também houve ampla participação de outras formas de contato. Como se trata de um contexto estudantil, as marcações de Aula ficaram em segundo lugar, seguidas por Resumo Impresso e da Internet. Xerox ou apostila e Texto no computador vêm logo em seguida. Note-se que no formulário entregue aos estudantes havia a opção de escolha tanto de categorias de contato com texto integral (Livro impresso, Livro eletrônico, Xerox) quanto formas reduzidas ou adaptadas (Resumos, Aula, Filmes ou documentários). Detalhe é que a opção Outros, oferecida para que o aluno acrescentasse meios adicionais não previstos no formulário, teve suficientes entradas para se desdobrar em uma categoria que se mostrou razoavelmente expressiva, o Teatro. Justamente esta

variedade de formas de contato foi um dos fenômenos mais interessantes observados. Uma outra maneira de visualizá-la está no Gráfico 1.

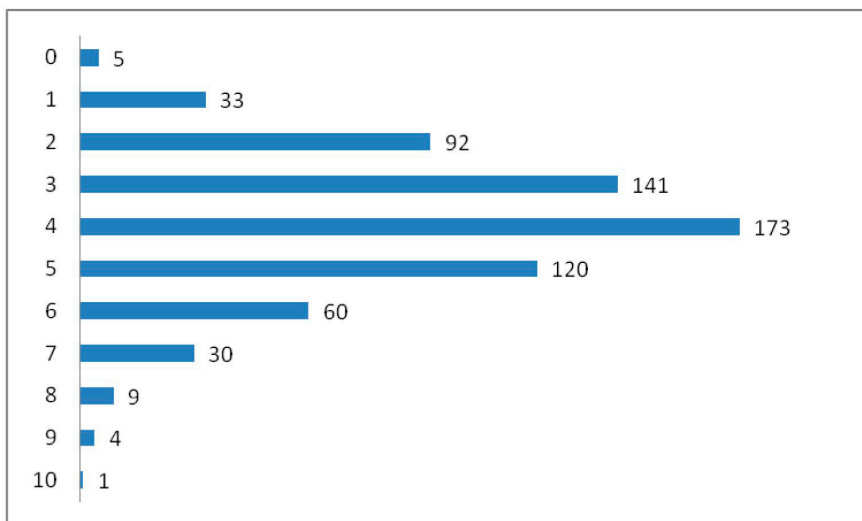


Gráfico 1 - Histograma de superposição de suportes de 2011 a 2016.

Fonte: Moraes (2017)

O Gráfico 1 traz o histograma (as frequências) de superposição de categorias de contato assinaladas pelos estudantes nos formulários. Um aluno, por exemplo, que tenha assinalado ter tido contato com títulos da lista por Livro impresso, Aula e Resumo apareceria na barra do valor três. Como se nota pelo gráfico, a grande maioria dos respondentes ficou entre dois e cinco suportes, mas houve casos com mais categorias, até dez, que era o máximo de entradas oferecidas pelo questionário. O Gráfico 2 mostra a ficha de preenchimento do caso mais extremo de superposição de categorias, uma estudante de Relações Públicas de 23 anos que participou da pesquisa em 2016.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
Livro	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■
Xerox	■			■	■		■	■	■			
Computador				■	■			■				
<i>E-book</i>					■							
Resumo Internet	■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■
Resumo impresso					■							
Filme/documentário					■				■	■		
Aula/grupo de estudo	■	■	■		■			■				
Audiolivro					■							
Outros: teatro								■		■		■
Outros: sarau	■											

Gráfico 2 - Ficha de preenchimento de uma estudante da rodada de 2016.

Fonte: Moraes (2017)

No Gráfico 2, as letras de A a L na linha superior representam os títulos da lista de leituras obrigatórias da UFRGS naquele ano². É possível notar que a aluna marcou várias opções de forma de contato em mais de um título. A obra listada como E, que era um álbum musical que integrava a relação daquele ano, é a que concentra mais categorias de contato, com nove. Mas outras obras também apresentam repetições, como A, H, I e J. A obra H aparece em três suportes de texto integral concomitantes, Livro, Xerox e Computador, além de também constar em Teatro, Aula e Resumo.

A ficha da aluna no Gráfico 2 ajuda a compreender a dimensão dos dados gerais do Gráfico 1. Esta aluna representava o caso com maior amplitude de faixas de contato, com 10, mas houve outros casos de variedade, embora menos pronunciados. Estas tabulações deixam entrever uma complexa rede de ações de leitura e apropriação que pode ser compreendida em maior profundidade através de exemplos individuais colhidos pelas entrevistas.

2. Os títulos da relação eram estes: A - Fernando Pessoa - *Coletânea*; B - Aluísio Azevedo - *O Cortiço*; C - Machado de Assis - *Dom Casmurro*; D - Pe. Antônio Vieira - *sermões*; E - Caetano Veloso, Gilberto Gil, Mutantes e outros - *Tropicalia*; F - Lúcia Jorge - *A noite das mulheres cantoras*; G - Tabajara Ruas - *O amor de Pedro por João*; H - Sergio Faraco - *Dançar tango em Porto Alegre*; I - Jorge Amado - *Terras do sem fim*; J - Nelson Rodrigues - *Boca de Ouro*; K - Murilo Rubião - *Contos*; L - Lya Luft - *As Parceiras*. A obra listada como E era um álbum musical, que havia passado a integrar a lista de leituras obrigatórias da universidade já a partir de 2015.

Um aluno de Ciência da Computação de 19 anos conta como misturava formas de acesso dentro do mesmo título. Ele contou que leu *Terras do Sem Fim*, de Jorge Amado, parte em livro, parte em arquivo PDF e em xerox: “[...] eu misturei, né, eu li por PDF e alguns xerox que eu pegava com uns amigos meus que eles conseguiam também. Aí eu acabei lendo todo ele. E no final acabei lendo um resumo ainda...”

Essa alternância de suportes em muitos casos pode ter uma origem pragmática, acompanhando as conveniências dos alunos, não necessariamente seu gosto. De um estudante de Direito, a respeito das leituras já após o vestibular, dentro da faculdade:

Os professores recomendam livros que a gente compre, vários materiais estão disponíveis no xerox e... muitas coisas ele..., que não são livros inteiros eles mandam textos, artigos dos professores próprios... Eu prefiro, quando dá, ler a forma física, até adquirir os livros, mas às vezes é mais... quando tá mais em cima do prazo tem que ler por meio eletrônico.

É uma posição parecida com a desta estudante de Publicidade:

Eu costumo ler no computador só se, só se eu não conseguir pegar livro mesmo. Se por exemplo o livro tá esgotado na biblioteca, e se o livro é muito caro pra comprar e não tem xerox na parte da faculdade que é pra ter xerox. Aí sim eu procuro na internet, a parte do livro ou o livro todo para aí eu ler no... no computador.

Estes são casos de alternância de materiais de estudo e leitura. Mas há fatores adicionais de complexidade no contexto informacional dos estudantes, mesmo quando lidando com o universo dos livros. Uma estudante de Direito comentou ser “totalmente viciada em séries”. Sobre as adaptações de livros, disse: “Às vezes sai trailer de um filme, aí é baseado num livro, aí eu gosto do trailer, aí eu leio o livro e depois eu vejo o filme.” Ela disse ter uma preferência por ler os livros antes de assistir aos filmes ou séries, exemplificando com o caso de *Game of Thrones*, que procurava ler antes de assistir.

A complexidade é uma característica da observação que emerge na análise. Mais do que a substituição de uma forma de suporte por outra, o que se nota é, em primeiro lugar, uma forte presença da cultura do

impresso junto à comunidade estudada, como sugerido pela Tabela 1 e por algumas das entrevistas.

Acessoriamente, são dignos de nota os exemplos de leitores entrevistados que se identificam como fãs de leitura. Entre eles aparecem, também, questões de distribuição alternativa, como a obtenção de textos através da internet. Outras porções do levantamento, que não serão aprofundadas aqui, apontaram o interesse de mais da metade dos estudantes por narrativas que passavam, de alguma forma, tanto pelos filmes quanto pelos livros. Trata-se de uma camada de complexidade que excede os juízos rápidos como os de concorrência de mídias e delinea toda uma rede de imbricações.

Esse panorama de complexidades pode abranger as redes sociais e as pesquisas na internet. De um estudante de Jornalismo:

Eu leio na internet antes para saber o que que me espera, né, saber o que que é o livro, ou um filme, ou um jogo, etc, e daí eu leio ou assisto, e depois eu procuro na internet para saber mais curiosidades, sabe, sobre a obra. Por exemplo, easter eggs, ou tipo, por que o autor fez isso e não aquilo, sabe? Tenho bastante curiosidade assim. Até porque, ou quando a história fica em aberto, eu procuro na internet tipo, assim, teorias das pessoas que leram, que assistiram, para saber como é que seria o final.

Uma estudante de Computação conta ação parecida, estendendo o procedimento à sua rede presencial de amizades:

Eu leio alguns blogs, geralmente quando eu termino um livro, que nem O Admirável Mundo Novo, que eu terminei há umas duas semanas atrás, eu vou pra internet e eu começo a ler análises do que as pessoas gostam. E eu gosto de ler de vários panoramas diferentes. [...] geralmente quando eu leio algum livro eu espero um amigo ler junto comigo. Daí a gente vai lendo junto e vai discutindo. Eu prefiro fazer assim.

As tabulações do levantamento quantitativo apresentadas na Tabela 1 e no Gráfico 1 indicavam uma visão geral, a partir do alto, das ramificações de uso de suportes e trajetórias paralelas ao livro adotadas pelos estudantes. Já os relatos mostrados acima aprofundam esta visão nas perspectivas individuais, ao rés do chão, descortinando, por sua vez, o rico

quadro de complexidades que constitui o cotidiano comunicacional dos estudantes. Aqui, pode ser apropriado retomar a imagem do país metafórico dos livros, porque se trata de experiências e relatos de leitura que, por assim dizer, integram o território do livro, mas que não envolvem apenas o clássico volume impresso. Esta analogia, agora como chave teórica, será retomada na seção seguinte, das considerações finais.

Considerações finais

Este capítulo procurou apresentar e discutir dados de uma pesquisa empírica com leitores através de um relato breve e com um encadeamento quase narrativo, inclusive usando uma imagem metafórica inicial. Afora o referenciamento histórico da própria metáfora, este texto não se deteve, por questões de espaço, nos fundamentos teóricos do estudo. Naturalmente, todo trabalho acadêmico parte de fontes teóricas, e a pesquisa rapidamente apresentada aqui partiu de considerações sobre o futuro do livro e transformações do impresso na era do eletrônico de autores como Robert Darnton (2009), Roger Chartier (1998; 2001); John B. Thompson (2008; 2012) e Ted Striphas (2011), entre outros. Em um aspecto, contudo, o trabalho deve teoricamente a uma fonte ainda anterior, a obra de Certeau (1998), cuja proposta de compreensão do papel ativo do leitor é relevante mesmo décadas depois e em contextos mercadológicos e comunicacionais bem diferentes dos de sua época.

Também o recurso metafórico de Certeau da leitura como “uma operação de caça” (CERTEAU, 1998, p. 259) ainda demonstra vigor como possível chave teórica, e não só porque integra uma continuidade histórica com as analogias geográficas referidas por Darnton (2009), Burke (2012), e Jacobs (2011). Compreender trajetórias de leitura em um contexto tão rico e com práticas tão complexas quanto as da estudante referida no Gráfico 2, com fragmentações tão profundas quanto na Tabela 1 e experiências de leitura tão variadas quanto aquelas narradas pelos estudantes entrevistados nas seções 3 e 4 exige uma modelização teórica que seja ao menos tão versátil quanto o contexto informacional que lhe deu origem. A analogia de um país, ou talvez de um continente, com toda sua rede de acidentes geográficos, habitantes e intempéries, talvez seja a forma mais simples de iniciar a abordagem conceitual.

Os leitores abordados durante a pesquisa – habitantes, é verdade, de uma tribo muito particular e delimitada, de estudantes universitários – vivem em um ambiente informacional em que o livro, clássico suporte de conteúdo da cultura letrada, ainda reina. Seu território, porém, tem fronteiras incertas e não totalmente mapeadas que lindam outros domínios, do eletrônico ao audiovisual. E mesmo no coração do país do livro – ou da *Bookland* de que falava Striphas (2011) –, pululam habitantes que não são apenas súditos aquiescentes e passivos, mas toda uma sorte de heróis e aventureiros, até salteadores e caçadores clandestinos como aqueles de que falava Certeau (1998). São os leitores que atravessam o país do livro em trajetórias transversais, às vezes sem passar pela capital, como os alunos que leem resumos das obras recomendadas ou assistem aos filmes no lugar de lerem os livros.

Há, ainda, os que saltem de um suporte de conveniência para outro, pulando do livro impresso para a xerox, e desta para o texto eletrônico no computador e/ou no celular, numa analogia digna dos romances de capa e espada. Colorida, ou até pueril como possa parecer, a metáfora da jornada por um território imaginário fabuloso ainda é suficientemente ampla para albergar vários matizes teóricos, integrando, como já foi visto, uma tradição de reflexões ligadas ao livro, e reverberando até mesmo no imaginário dos leitores. O próprio ato de pesquisar a respeito do livro no contexto da Comunicação atual é, ele mesmo, suscetível a imagens de analogia geográfica, como no discurso daqueles mais preocupados com um eventual cerco ou mesmo derrocada do reino do livro, em um cenário marcado por outras potências e interesses. Como indicam, contudo, os relatos de jovens que ainda são grandes leitores mesmo em meio a um panorama crescentemente marcado pela variedade de opções, há ainda muito território a mapear no país metafórico do livro.

Referências

- BIRKERTS, Sven. *The Gutenberg Elegies: The fate of reading in an electronic age*. New York: Faber and Faber, 2006.
- BURKE, Peter. *Uma história social do conhecimento - II*: da Enciclopédia à Wikipédia. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1998
- CHARTIER, Roger. *A Ordem dos Livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*, 2.ed, 1998. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- CHARTIER, Roger. Les métamorphoses du livre In: *Les rendez-vous de l'édition: le livre et le numérique* [on-line]. Paris: Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2001 (généré le 21 mars 2015). Disponível em: <<http://books.openedition.org/bibpompidou/1701>>. Acesso em: 20 mar. 2015.
- DARNTON, Robert. *The case for the books: past, present, and future*. New York: Public Affairs, 2009.
- JACOBS, Alan. *The pleasures of reading in an age of distraction*. New York: Oxford University Press, 2011.
- MORAES, André Carlos. *Leitores multiplataforma: o livro em um contexto de múltiplos suportes, a partir da prática de estudantes universitários*. 2017. 290 f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, RS, 2017. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/157673>>. Acesso em: 26 jun. 2018.
- STRIPHAS, Ted. *The late age of print: everyday book culture from consumerism to control*. New York: Columbia University Press, 2011.
- THOMPSON, John B. *Books in the digital age*. Cambridge: Polity, 2008.
- THOMPSON, John B. *Merchants of culture: the publishing business in the twenty-first century*. New York: Plume, 2012.
- ULIN, David L. *The lost art of reading: why books matter in a distracted time*. Seattle: Sasquatch Books, 2010.

CAPÍTULO 3

A leitura vem de dentro: sentidos no ato de ler em diferentes dispositivos

MARÍLIA DE ARAUJO BARCELLOS

Introdução

As práticas de leitura foram alteradas pela presença de dispositivos tecnológicos inseridos na vida cotidiana. Tais dispositivos, por sua vez, induzem, literalmente, a novas posturas no modo de sentar, de olhar, de perceber cognitivamente os conteúdos do que se lê. Posturas essas, aliás, que exigem do corpo e da mente, no ato da leitura, uma série de reflexões. Uma delas diz respeito ao quanto de preocupação há, por parte de editores, em ofertar obras a partir de demandas percebidas em pesquisas, e que, ao revés disso, percebe-se a inexistência de visada da questão sob outro ângulo – o dos sentidos, compreendidos no ato da leitura.

Diante disso, o presente artigo pretende abordar ambas as perspectivas, trazendo literaturas que visem a perceber o sujeito e suas subjetividades para o ato da leitura, e o quanto as reflexões a respeito do tema podem suscitar ações de incentivo e, por conseguinte, atender à expectativa de compreensão do campo editorial.

Uma das questões a ser considerada é saber até que ponto os dispositivos externos fazem com que a apreensão da leitura, aqui referenciada

como a funcional, estimula, ou não, a apreensão dos conteúdos e a busca da felicidade. Ao mesmo tempo, pergunta-se: sendo o livro uma mídia que permite o registro do conhecimento – cujo diferencial é possibilitar narrativas longas, ao contrário do jornal com notícias, ou das mídias sociais, com fragmentação dos dados –, o quanto de desafio há em tempos de compartilhamento intenso e de múltiplos suportes e materialidades? Há de se considerar, também, sob o foco da investigação, como ocorrem, então, as sinapses mentais? Quais as peculiaridades de uma, ou de outra leitura? Sendo assim, os dispositivos têm em si a missão de carregar os conteúdos, mas cabe à mente, dentre outras possibilidades, decidir se vai adaptar-se a este ou àquele suporte para a leitura.

O que antes era tido como apreensão do conhecimento, dos saberes, conforme Edgar Morin (2002), transforma-se, o mais das vezes, em mera notícia, com o surgimento das novas mídias e a velocidade com que as informações são transmitidas – do profundo ao superficial, do reflexivo ao meramente participativo e compartilhado. Ao mesmo tempo, isso permite o acesso amplo às informações e à decisão de cada sujeito, respeitante a seu uso, ou não, atinente à busca da verdade, ou não, daquilo que lhe é repassado. Essas inquietações hão de roteirizar este trabalho, ademais de consistirem em desafios para além do aqui fundamentado.

Ato da leitura: prazer aos olhos, à mente e à alma

Segundo ensinamentos orientais, como o ayurveda (Ciência da vida), aquilo que se vê, aquilo que se ouve e aquilo que se sente resultam em alimento próprio; o ato de se aproximar da leitura, por sua vez, possibilita entender que o mesmo se configura em nutrir o corpo¹, a mente e a alma. Daí uma das explicações de que o livro físico, o impresso, traz prazer aos olhos, à mente, ao espírito, no decorrer do ato da leitura. Sendo assim, o fato da permanência dessa prática, ao longo do tempo, justifica a afirmação de ser o hábito da leitura e da escrita um constante alimento à alma.

Ao mesmo tempo, o suporte que carrega o sentido visual para a tela, o

1. O termo “corpo” aqui se refere às noções de sentidos, consideradas a partir de James Gibson em *The senses considered as perceptual systems* (Boston: Mifflin, 1966), em que trata o corpo e os sentidos a partir do sistema postural; do investigativo; de locomoção; de apetite; performativo; expressivo e semântico.

digital e o virtual, prossegue no estímulo. Isso inclui as redes sociais, que contam cada vez mais com a adesão do leitor, segundo as pesquisas. Textos curtos, narrativas em audiovisuais, *audiobooks*, estimulam lembranças, traumas, alegrias, prazeres, inúmeros sentimentos outros e emoções no leitor. Como antenas atentas, recebem as sensações e transmite-as ao cérebro, e este elabora tais informações, retornando-as ao corpo e dizendo o que fazer com elas. Em movimentos voluntários, ou mesmo involuntários, o livro nutre os sentidos, seja pelo conteúdo temático, seja pela vivência estética, ou mesmo pela materialidade no contato manual.

Lúcia Santaella (2004), ao se dedicar aos estudos do corpo, lança mão de teorias questionadoras da subjetividade e do eu; historiciza a morte do sujeito e destaca a função do corpo sensório-perceptivo, direcionando luz em pressupostos de James Gibson sobre os sentidos, como sistemas perceptivos complexos. É a partir daí, pois, que trata da percepção, não mais como resultante apenas dos cinco sentidos (audição, visão, olfato, tato, paladar), ao contrário, avança, ao afirmar que tais sentidos correspondem a fenômeno complexo, por se inter-relacionarem, e reproduz a fala de Gibson:

Longe de serem mutuamente exclusivos, sobrepõem-se e, na maior parte das vezes, estão focados no mesmo tipo de informação. Mas os cinco sentidos não bastam para definir a percepção, acrescidos a eles tem-se ainda os órgãos proprioceptores (músculos, juntas e ouvido interno), e os interoceptores, constituídos pelas terminações nervosas nos órgãos viscerais². (GIBSON, 1996, p. 4 apud SANTAELLA, 2004, p. 38).

Muito resumidamente, pode-se dizer que a leitura se encontra sob o efeito de tais percepções, que incluem as terminações nervosas do corpo em ligação com o cérebro.

Luís Mauro Sá Martino (2010) alerta para o fato de o cérebro humano estar atento ao ambiente circundante, e acaba complementando esse entendimento alicerçando-se em definições propagadas por pesquisadores

2. Para o estudo da navegação no ciberespaço, a partir da apreensão do sistema perceptível tátil, em comunhão com o visual e o auditivo, Santaella (2004) propõe a denominação prontidão perceptiva e polissensorialidade. Termos não utilizados aqui, por tangenciar o objetivo do trabalho.

e nas relações entre o cérebro e a realidade, entre as quais se encontra John Onians, cujas proposições acham-se traduzidas nas seguintes palavras de Martino:

A neuroplasticidade pode ser definida pela maneira como o cérebro se transforma de acordo com a experiência, e essa característica deixa aberta a possibilidade da pergunta sobre as relações entre as mídias e as percepções da mente humana. (MARTINO, 2010, p. 158).

Assim, voltados para a neuro-história da arte – estudo proveniente de Onians, na Universidade de Yale –, os pesquisadores levantam a suposição de que deve haver alguma estrutura neuronal humana, em que “a criação artística, bem como a sensibilidade, para entender e sentir uma obra de arte, estão relacionadas às atividades cerebrais” (ONIAN, apud MARTINO, p.161). Ou seja, isso nos leva a considerar que, se essa conexão é levantada na arte visual, por que não aconteceria o mesmo com a criação literária?

Desenvolvendo a hipótese anterior, tal postura se acerca de Edgar Morin (2002), em *A religião dos saberes*, quando ele afirma que a finalidade do ensino é ajudar o aluno a se reconhecer na própria humanidade, situando-a no mundo e assumindo-a. E prossegue ele, indicando um caminho de interação entre o ensino e uma aprendizagem que considere o respeito e as especificidades de cada um. Além disso, Morin destaca o papel das artes para o reconhecimento do indivíduo, ao lembrar que “a literatura, o teatro e o cinema fazem com que vejamos os indivíduos em sua singularidade e subjetividade, sua inserção social e histórica, suas paixões, amores, ódios, ambições e ciúmes.” (MORIN, 2002, p. 19).

Ora, no rastro desse pensamento, segundo Morin (2002), a leitura literária permite o acesso aos problemas da vida, tal como toda expressão artística em que podemos, por meio das singularidades, reconhecer nossas próprias verdades. Admite, portanto, que a expressão artística instiga o ser humano à consciência do caráter complexo da existência.

As preferências, as escolhas e as decisões, por sua vez, segundo Maturana (2002), são repletas de afetividade; para o autor, a dualidade emoção x racional, como parte do ser humano, e a amorosidade ocupam um lugar relevante. Conforme adverte Maturana, as emoções não são o que correntemente chamamos de sentimento, pois do ponto de vista biológico, do qual toma posição,

O que conotamos quando falamos de emoções são disposições corporais dinâmicas que definem os diferentes domínios de ação em que nos movemos. Quando mudamos de emoção, mudamos de domínio de ação. Na verdade, todos sabemos isso na práxis da vida cotidiana, mas o negamos porque insistimos que o que define nossas condutas como humanas é elas serem racionais [...] O humano se constitui no entrelaçamento do emocional com o racional. (MATURANA, 2002, p. 15).

No entender de Maturana (2002), portanto, é nesse imbricar de dualidades que o ser humano evolui, configurando a linguagem que, segundo ele, consiste na coordenação de ações consensuais; e o amor é a emoção que constitui o domínio de ações que, diante da interação com o outro, legitimam, ampliam e estabilizam a convivência.

Para este estudo sobre a leitura e os sentidos a ela destinados, direcionamos, a seguir, a visão para o editor, e para o quanto a paixão pela leitura pode determinar o número de leitores e nortear ações de incentivo que atendam a amorosidade em relação ao objeto livro.

A inversão do olhar do fazer da edição

Olhar para dentro, e não só para os arredores, para o exterior, significa que para se propor novas formas de incentivo à leitura, ou mesmo para se aumentar o índice de leitura, é necessário prestar atenção à percepção, aos sentidos do corpo, ao gosto, às paixões e aos querereres. Para tanto, é preciso focar-se em estudos sobre a recepção da leitura. Sabe-se que estudos sobre a mente, o cérebro e a emoção têm sido desenvolvidos, e são pertinentes ao perscrutar o porquê ou não de se ler.

Georges Didi-Huberman (2016), em *Que emoção! Que emoção*, ao referir-se aos gestos que se fazem, retoma o fato de ser nas gerações mais jovens que eles (os gestos) se repetem, por serem muito mais antigos do que as próprias pessoas. Ele fala, por exemplo, sobre a posição das mãos durante um enterro. E esse gesto ritualístico das mãos muitas vezes passa despercebido, ao se observar o ato da leitura. No entanto, quando se segura um livro, a mente direciona o olhar para o texto (salvo pessoas com deficiência, que utilizam *softwares* para a acessibilidade). Tal qual a linguagem do corpo para práticas centenárias de leitura, Didi-Huberman afirma que

os gestos sobrevivem no ser humano, mesmo que não se tenha consciência disso. Segundo ele, “esses gestos são como fósseis em movimento. Eles têm uma história muito longa – e muito inconsciente” (DIDI-HUBERMAN, 2016, p. 32). Os gestos referidos por Didi-Huberman manifestam a emoção diante de uma situação de pêsame, mas nem por isso ela (a situação) será menos sincera. A questão suscita a pergunta: será o elemento emoção um indicativo de que a leitura cumpriu sua função? A princípio, o que se poderia afirmar é o fato de a leitura poder ser interrompida ou não, caso se apresente plena de sentido, ou não. E isso significa que, ao se pensar o campo editorial, torna-se relevante perceber que por mais acesso que se possa ofertar, por mais quantidade de obras que se disponibilize, se elas não oferecerem sentido à leitura, não haverá aquisição, nem apropriação do conteúdo, e tampouco pós-processamento das informações ali contidas, configurando aquele rompimento que Edgar Morin (2002) postula. Daí a assertiva de que o livro carrega o saber de uma civilização tornar-se entrecortada.

Os dispositivos tratam da parte “ergonômica” da leitura. Iniciamos por compor a descrição dos papéis que o editor desempenha no campo, ou seja, no ambiente externo, para propor novos apontamentos relacionados à perspectiva interna, subjetiva. Carl Gustav Jung, quando ressalta as reflexões de Paracelso, salienta, em *O espírito na arte e na ciência*, ser mais fácil admitir que aquilo que não se entende não existe, e complementa, afirmando que “a medicina moderna não pode mais entender a alma como simples apêndice do corpo” (JUNG, 1971, p. 9).

A mundialização possibilitada pelo acesso irrestrito à *web* coloca-nos, muitas vezes, na posição de alagoes do tempo e do espaço, e aponta para as formas com que os indivíduos se relacionam com as tecnologias e como se apropriam do conteúdo por meio delas. A prática da edição ainda se encontra focada no saber fazer da técnica e na amplitude de sobreposição das funções.

O campo editorial, conforme aponta John Thompson, em *Mercadores de Cultura* (2013), abre o leque para a reconfiguração dos elementos formadores dos espaços ocupados pelos agentes atuantes, a fim de conformar uma pluralidade de campos. Desse modo, do fazer circular o conteúdo em formatos diferenciados, inicialmente rolo e códex, a leitura ruma para aquela tela em que se encontram os textos disponíveis em dispositivos

móveis. O conteúdo, não mais priorizado por uns e editado por outros, imbrica-se em novas formas de publicação. Ora como escritor, ora como editor, ora como leitor, enfim, a gama de atores – desde os tempos dos copistas e, mais tarde, dos tipógrafos – expande-se na técnica de imprimir, em conformidade com a época, adentrando essas primeiras décadas do século XXI, na perspectiva de aprimorar a arte de publicar.

Aliás, a publicação já não mais se prefigura como um fazer artístico engendrado pelo artífice, mas, sim, como informação, conteúdo, disseminado muitas vezes na rede, compartilhado pelas chamadas “curtidas” e cliques, como salienta Néstor Garcia Canclini, em *Leitores, espectadores e internautas* (2008). Nesse contexto, fatores sociais como hábitos de leitura e sua apropriação configuram-se tecidos no espaço das relações sócio-político-econômico-culturais. Ademais, há de se ter assegurado que o dispositivo no qual a leitura estará disponível fará a diferença para um determinado tempo e atenderá à necessidade de um leitor também diferenciado. Conforme se pode apreciar, a Figura 1, que se segue, demonstra a representação temporal evocada pelos elementos constantes na imagem e a relação entre eles, a partir do uso de diferentes dispositivos de leitura, em espaço público:



Figura 1 - Espaço público deflagra a leitura em tempos distintos

Fonte: Matéria de Burton (2016) no site *Tasmanian Times.com*³

(fotos sem créditos)

O impacto trazido por meio dessas imagens revela a diferença permeada pelas similaridades. Por outro lado, os elementos comuns atendem às especificidades de seu tempo e, portanto, o estranhamento é rapidamente assimilado. As imagens, ora em tempos de *smartphone*, ora na era do jornal impresso – ambientadas no contraste urbano em sua versão color e P&B, no espaço público – concentram o olhar do expectador no objeto em mãos do leitor e deflagram o processo de leitura ao longo das décadas.

3. Fotos disponíveis em: <<http://tasmaniantimes.com/index.php/article/the-growing-financial-crisis-in-tasmanias-newspaper-industry>>. Acesso em: 22 dez. 2016.

Múltiplas abordagens podem ser efetuadas, provenientes da observação e análise dessa imagem – composta por duas fotos, em que os elementos encontram-se posicionados no mesmo ângulo e compartilham a perspectiva da parede e a dos leitores, lado a lado, à esquerda, e a rua à direita. Uma delas é saber o quanto a leitura ocorre individualmente, no silêncio, desdobrando-se em narrativas que, em tempos do impresso, permitiam a interlocução entre eles. Ambas as leituras, porém, permitem socializar o conteúdo com o sujeito adjacente, embora o digital multiplique tal forma de comunicação pelas camadas de interlocutores *on-line*, por meio de *links* disponíveis pela *web*.

Em contrapartida, a abertura de “janelas” que o digital revoluciona na comunicação propõe novas formas de troca da informação, em que o conteúdo não seja uma premência do presencial. Ao contrário, o compartilhamento do ato da leitura expande-se para a rede virtual, alinhando ideias, posicionamentos, trocas em camadas, sobreposições de informações, idas e vindas que abarcam possibilidades sem fronteiras no aqui e no agora.

Em que pese aos novos contornos da edição, a composição de elementos da cultura impressa migra para o surgimento da cultura digital. A interface da Comunicação, repete-se, amplia seu leque para a editoração de livros (que não são “propriamente livros”, no sentido tradicional da palavra), para conteúdos formatados em *blogs* (que também se tornam obras), em narrativas apresentadas em vários ambientes que convergem, reproduzindo histórias em rizomas. Os leitores viram fãs; fãs viram escritores que, sob a alçada do *crowdfunding*, se arrogam editores, atendendo à demanda de consumidores mundo afora. Assim, as relações simultâneas e múltiplas configuram o cenário implementado neste início do século XXI.

As práticas de leitura configuradas atendem às modalidades de apropriação dos textos, sob a égide das possibilidades de materialidades convergentes. Todos os envolvidos com o pensar e o fazer Editorial colocam-se em xeque-mate frente aos conceitos, às reflexões e às práticas. Plataformas encontram-se na trajetória da evolução histórica, permeadas pela tecnologia evidente e pelas mudanças que influenciam na maneira de interagir com o mundo, e em sua relação de “dependência” encontrada em postulados formulados por Marshall McLuhan (2005), que revela ser a tecnologia a extensão das capacidades sensoriais no corpo humano. Uma

projeção do sistema nervoso para fora do corpo, o objeto serve como prolongamento dos sentidos. Dessa maneira, o conteúdo é levado – seja na tinta do papel ou no pixel da tela, por meio de dispositivos diferentes e multimidiáticos, contando com a sonoridade, a imagem, a escrita etc. – até o leitor, o espectador e o internauta, como crê Canclini (2008).

Se antes a escrita criativa concentrava-se na elaboração do conteúdo, contando com a edição de profissionais *experts* que organizariam a obra e a distribuiriam ao mercado, nos tempos atuais, a modalidade do analógico coexiste com a do digital, perfazendo obras e mais obras, colocando-as para circular em ambientes presenciais ou na nuvem, a competir com um número imensurável de informações e de entretenimento que venham a despertar a atenção do consumidor/leitor.

Ainda nos encontramos em meio ao manuseio de novos formatos para a escrita, e de novas práticas de leitura. Os mecanismos de publicação também implicam um cenário em que as práticas se instauram, obedecendo, dentre muitas instâncias, a hábitos e costumes geracionais. Porém, nem sempre consoantes a uma mesma época, é verdade, mas, ao contrário, em conformidade com ocasiões outras, muitas vezes díspares. Ou seja: aparatos, dispositivos, suportes, plataformas a confundir escritores e leitores. O livro como invólucro de narrativa, perpassa décadas como produto midiático, seja ele produzido no meio analógico, seja no meio digital, ou no de convergência.

Desde há muito, a quantidade de informações disponíveis para o leitor constitui pauta de debate entre os estudiosos. O historiador Peter Burke salienta que, “apesar da relevância das novas formas de comunicação, o meio mais eficaz de disseminação continua sendo o antigo, ou seja, o encontro com as pessoas” (BURKE, 2016, p. 114). Ora, se por um lado, o movimento “físico das pessoas” representa a melhor forma de disseminar o conhecimento, por outro, torna-se também verdadeiro o fato de podermos considerar o volume de títulos disponíveis, e a nossa incapacidade de proceder à leitura de todas as obras publicadas. Nesse sentido, há de se ter um filtro, há de se ter algo que aponte para a obra a qual haveremos de dedicar nosso tempo.

O campo editorial, tal qual consta na história do livro, sofre rupturas provenientes de mudanças nas relações entre os agentes. Nesse sentido, as etapas da produção editorial também são afetadas durante o processo de

edição, considerando-se, inclusive, as fases para além da edição. A pesquisadora Maria da Glória Bordini, em *Leitura no século XXI: o meio substitui a mente?* (2016), chama a atenção para o empoderamento do leitor, que, segundo ela, escolhe o que lhe agrada, ao mesmo tempo que retroalimenta os editores e, por conseguinte, o mercado que se ocupa em criar produtos que atendam a novos nichos. E complementa: “A leitura agora é participativa, não só na imaginação do leitor, mas corporificada em intervenções, nos casos de suportes eletrônicos, que se introduzem nos textos, ou de emulações, no caso de livros impressos, dando nascimento a outros livros” (BORDINI, 2016, p. 195). O “escolhe o que lhe agrada” envolvido na leitura também é encontrado em Edgar Morin (2002), quando ele aponta a relevância de o ensino estimular a aprender a viver, considerando as subjetividades.

“Do outro lado do querer”, os dados levantados pelo mercado

Editores têm buscado acompanhar a leitura por meio das vendas. Por ora, trata-se de uma fonte possível e disponível, mas que, embora aponte por meio quantitativo os gostos e preferências do público-leitor, está longe de identificar a permanência da leitura, em seu sentido mais profundo. São dados que, *per se*, explicitam levantamento de gostos para ofertas editoriais futuras, mas que não incitam o indivíduo a querer mais, daí ser preciso buscar a intenção primeira do querer ler. Diante da busca por compreender o mercado editorial, associações direcionam esforços para levantar e divulgar dados quantitativos que possam demonstrar a parcela de leitores e de leituras no país. A Câmara Brasileira do Livro (CBL) e o Sindicato Nacional de Editores de Livros (SNEL) realizam, anualmente, sob a orientação do Instituto Pró-Livro, a pesquisa intitulada Retratos da Leitura no Brasil. Essa pesquisa encontra-se em sua quarta edição, reunindo informações a respeito de práticas de leitura, além de indicar a interferência da pluralidade de mídias que concorrem entre si, com vistas a ‘fisar’ a atenção do leitor. Contando com o crescimento do número de leitores no país, segundo a pesquisadora e organizadora do livro, Zoara Failla, o fenômeno reflete “a evolução da escolaridade da população brasileira” (2016, p. 27 e 28). Uma vez que tal pesquisa indica a escola como componente complementar de estímulo à leitura, em virtude de a litera-

tura apreendida apontar maior índice de leitura a partir de seleção por iniciativa própria.

A investigação também destaca a preferência por livros religiosos e a preponderância de mulheres leitoras, perfazendo um total de 59% de entrevistados, reunidos em maior parte na região Sudeste, território de abrangência da pesquisa. O retrato evidencia um elevado número de leitores assim distribuídos: 84% estudantes; 82% em nível superior; 76% pertencentes à classe A; de 11 a 13 anos, 84%, e de 14 a 17 anos, 75% (FAILLA, 2016, p. 34). A pesquisa aponta ainda que houve aumento em todas as regiões da federação, se comparado aos resultados anteriores. No caso da região Sul, o número de leitores e não-leitores em 2015 perfaz 50%; contudo, se comparado à pesquisa em 2011, constata-se um decréscimo dos não-leitores passando de 57% para 50%.

Em relação à concorrência de outras mídias, estas surgem deflagrando a audiência televisiva que se mantém com altos índices, embora se observe um cedimento cada vez maior à internet, em relação a dispositivos móveis, assim registrados: “redes sociais (35%) e *Whats’App* (43%), especialmente na faixa de 14 a 29 anos”, segundo Failla (2016, p. 37). O uso da internet indica maior índice na escrita, uma vez que grande parte das mensagens devem ser digitadas, ao mesmo tempo em que se percebe maior empenho na leitura, também a corroborar a comunicação que requer o dispositivo digital.

Diante do apelo das mídias digitais e face à tradição de outras, como a televisiva, a leitura se espraia em tantas outras formas de ler, e o livro passa a ser o analógico resistente ao tempo. Segundo Robert Darnton (2010), o artefato livro sobreviverá ocupando seu lugar. Tal afirmativa vem ao encontro de pesquisas acadêmicas que constata a aquisição de livro físico por parte de leitores de *blog*, ou seja, a mesma obra, em dois dispositivos distintos, atrai por motivos diferentes o olhar do leitor. Seja pelo poder de “ter o meu livro na estante”, ou mesmo por compartilhar de maneira virtual “quereres” comuns à comunidade de leitores de determinado autor, conforme assinalam Marília de Araújo Barcellos e Maura da Costa e Silva (2016) no estudo sobre Bruna Vieira:

os leitores possuem uma relação de afeto com o objeto e comprariam o livro mesmo ao saber que todo conteúdo é disponibilizado

gratuitamente, porque gostam de ter o livro em mãos e também em suas estantes”. (BARCELLOS; COSTA E SILVA, 2016, p. 11).

Retomando o contexto de ensino e aprendizagem em edição, vale refletir sobre o cabedal de estado da arte contido nesse tempo milenar de produção editorial do livro impresso, desde a prensa de Gutemberg, conciliado às práticas e às tecnologias que atenderam, ao longo desses anos, à edição e à impressão. O livro impresso não é mais a única maneira de circular um conteúdo de narrativa, em especial, a ficcional. E sofre-se com isso? Pode-se inferir que sim, diante do fragmentado cenário pós-moderno, que faz parecer que o texto flui e que não mais se conseguirá segurá-lo na palma das mãos. Tem-se o *ebook*, na tela, com toda sua hipertextualidade facilmente identificada, se digitada. Um, dois, três e o F3 resolve onde se encontra a palavra... com o clique vai-se para outro *site*... abrem-se janelas, os *links*, as informações fracionadas complementam-se ao mesmo tempo em que competem para ver quem permanece por mais tempo. A leitura muda, mas, antes, também lhe resta ser apreendida em um momento diferente, no qual o leitor percebia nuanças que, outrora, não lhe chamavam a atenção.

Livro físico e livro digital convivem, imbricam-se. As formas de edição também sofrem mutação, e o conceito de editora está situado em uma zona limítrofe, com as competências de edição no processo editorial cada vez mais absorvidas pelos autores, que passam a atuar em várias de suas etapas. Pelo menos é o que se pode perceber com o fenômeno da autopublicação. E isso ocorre em nível global. Segundo o editor Leander Wattig, em palestra intitulada *Gamechanger Selfpublishing – fatores de sucesso no novo mercado editorial*, durante o VI Congresso Internacional do Livro Digital (2016), na Alemanha, “um em cada dois livros digitais já são autopublicados. Entre os livros impressos, a relação é de um autopublicado para cada quatro livros lançados”, segmento esse que abarca tiragens de até 400 mil exemplares, no qual o autor Hopi J. Andersen se enquadra.

Se, por um lado, a criação e a produção parte de fenômenos como a autopublicação, por outro, as vendas no campo editorial contam igualmente com profissionais, entre os quais, os próprios autores, que acompanham o processo de edição, atuando intensamente do início ao fim da tarefa. Considerando a fala de Alex Szapiro – CEO da Amazon brasileira

–, durante o Congresso Internacional CBL do Livro Digital referido anteriormente, a relação da aquisição do livro físico com o digital ainda se encontra atrelada. Conforme os dados publicados na palestra intitulada *O desenvolvimento do livro digital no Brasil*, o CEO declarou que “as pessoas que eram clientes da Amazon, que passaram a comprar livros digitais, não pararam de comprar livros físicos. Ao contrário, passaram a consumir 3,8 vezes mais livros.” Ora, isso leva a crer no crescimento das vendas, sim, a partir da interação dos dispositivos, e não na exclusão de um deles.

Observando-se o item Obras Gerais, percebe-se que a produção de Literatura adulta, segundo a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil 2016, passa de 48.491.769 exemplares em 2014 para 31.649.010, a perfazer, dentro da categoria, um percentual de 9,67 para 7,08. Tal resultado descortina uma representatividade diminuída no quesito caracterizado como área temática. Mesmo assim, um resultado ainda melhor que o da Literatura infantil, que sofre um baque maior no número de exemplares, passando de 37.259.612 para 12.499.466, e a participação que configurava 2,80% excede para 7,43% da produção de 2014 para 2015. Mesmo que as Literaturas adulta, infantil e juvenil tenham perdido percentuais na produção, ao se analisar a planilha, percebe-se que ela, a literatura, só perde em número de exemplares produzidos nas temáticas de didático e religiosos, ocupando o terceiro lugar numa lista de 24 itens. Os temas que apresentam leve aumento na produção em número de exemplares são: didáticos, religiosos e um leve aumento nas Artes, dentre outros. As temáticas que mantêm o índice percentual na produção são autoajuda, medicina, psicologia e filosofia, entre outros.

Considerando-se que as livrarias têm espaço físico limitado para expor as obras e o perfil do mercado, com o *best-seller* que ocupa o lugar nas prateleiras em títulos e exemplares, pode-se deduzir que os títulos à disposição do leitor sejam os de maior venda junto ao público consumidor e que a variedade da oferta tenha diminuído em bibliodiversidade.

Também se percebe uma diminuição no número de títulos vendidos, conforme atesta a pesquisa, ao inferir que “o número de exemplares vendidos ao mercado sofreu uma redução de 8,19% e, consideradas as vendas ao governo, o decréscimo nessa variável alcançou 10,65%”. O preço médio do livro sofreu um acréscimo de 4,57%, o que implica uma “queda real nas vendas de 5,55%”.

Também se pode perceber o quanto o leitor lê por livre escolha, a partir da indicação escolar, bem como fora dela. De acordo com a pesquisa, houve uma queda de autores estrangeiros traduzidos em títulos e exemplares nos últimos dois anos, frente a uma maioria de títulos, cuja procedência era de autoria nacional.

Segundo o levantamento, a escolha da obra está distribuída de acordo com os seguintes itens: tema; capa; informações de professores e *blogs*, conforme atesta a declaração a seguir, diante da questão: “Qual destes fatores mais influencia o(a) Sr.(a) na hora de escolher um livro ou autor para ler?”⁴ (FAILLA, 2016, p. 195).

O “tema ou assunto” influencia mais a escolha dos adultos e daqueles com escolaridade mais alta, atingindo 45% das menções entre os que têm ensino superior. Já a “capa” de um livro é o principal motivo de escolha na faixa etária entre 5 a 13 anos. Nas faixas etárias correspondentes aos ciclos da escolarização básica (Ensino Fundamental e Médio) as “dicas de professores” são mais influentes para aqueles que estão entre 5 a 10 anos de idade. O item “Blogs”, explorado em 2015, obteve menos de 1% das menções. (FAILLA, 2016, p. 26).

Quanto ao gênero das obras que se costuma ler, quando se atenta para as possibilidades elencadas como ficção, no universo de respondentes no âmbito dos 1.119 estudantes *versus* 1.679 não estudantes, diante da pergunta: – “Quais destes tipos de livros, seja em papel ou em formato digital, o(a) Sr(a) leu no último ano?”⁵ (FAILLA, 2016, p. 32), em que 31 pessoas responderam ter sido os contos; depois, 22 disseram que foram romances; 17 estudantes confirmaram que optaram pela poesia. Já entre os

4. Corresponde à página 36 do questionário. Conforme a parte 2 - tabelas e gráficos de Retratos da Leitura no Brasil, 4. Disponível no link: <http://prolivro.org.br/home/images/2016/RetratosDaLeitura2016_LIVRO_EM_PDF_FINAL_COM_CAPA.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2018.

5. A pergunta consta no questionário da pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil*, página 36, conforme o Quadro 5 especificado na página 32 da obra homônima, na introdução intitulada “Retratos: Leituras sobre o comportamento leitor do brasileiro”. Disponível em <http://prolivro.org.br/home/images/2016/RetratosDaLeitura2016_LIVRO_EM_PDF_FINAL_COM_CAPA.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2018.

que não estão estudando, os contos e as poesias baixam para 15, enquanto o único gênero que se mantém entre os não estudantes são os romances. Quantitativamente, portanto, quer isso traduzir que a pesquisa detecta que a leitura de romances não significa estar estudando, ou ser estudante; mas ainda assim, a literatura lidera em mais de 40% a resposta sobre os livros digitais mais lidos e os de que se mais gosta de ler.

Ainda sobre os gêneros, é relevante conhecer o perfil dos leitores em seu grau de escolaridade e de faixa etária. Para tanto, selecionamos os seguintes tópicos: contos, romance e poesia. Conforme nos aponta a pesquisa, estudantes do Ensino Fundamental (6º ao 9º ano), de 11 a 13 anos, configura-se na faixa dos que mais leem contos, embora este dado esteja distribuído quase igualmente em todas as camadas de escolaridade. O romance, por sua vez, concentra-se entre os leitores do ensino médio e superior (14 a 24 anos), com declínio evidente no Ensino Fundamental (1º ao 5º ano). Já a poesia apresenta maior número de leitores no Ensino Fundamental II e no ensino médio e superior (11 a 13 anos, com representatividade dos 14 aos 17 anos). Os respondentes selecionaram, entre os vários tipos de livros, qual teria lido no último ano, de maneira que as respostas foram cumulativas, e não excludentes.

Diante da abordagem sobre a leitura, ainda se tem a concorrência de outras mídias, como a televisão, que embora venha caindo em percentual nas últimas pesquisas, mesmo assim lidera a atividade que os respondentes mais realizam no tempo livre, seguido de música ou rádio e o uso da internet. Ler livros mantém-se acima da prática de esportes, do passeio no parque, do jogo de games, da ida ao cinema, ao teatro, do executar trabalhos manuais, da ida a bares etc. (FAILLA, 2016). Retratos fazem o diagnóstico que muitos editores devem conhecer, a saber: o que faz o leitor quando não está lendo, do que ele gosta de fazer, os escritores que mais admira e que reconhece como importantes. A bíblia lidera a lista dos últimos livros lidos e permanece no rol dos mais marcantes. Machado de Assis, Monteiro Lobato e Paulo Coelho encabeçam as respostas de escritores de que ‘mais gostam’; e quando perguntados sobre os “mais conhecidos” (FAILLA, 2016, p. 99), além dos três citados anteriormente, acrescenta-se Jorge Amado, Carlos Drummond de Andrade e Augusto Cury, com mais de uma centena de pontos.

À vista do manifestado anteriormente, abordamos a produção edito-

rial, da qual nos lembra Gabriel Zaid, de que “escrever, publicar ou distribuir um livro é como colocar uma mensagem numa garrafa e atirá-la ao mar: seu destino é incerto.” (ZAID, 2003, p. 80).

O mercado coexiste com a angústia da incerteza do acesso e das vendas de títulos, como, por exemplo, encontrar-se no lugar e hora certos para que o leitor encontre seu livro e o selecione diante da ampla oferta, muito embora esse lugar possa ser desde uma livraria física, até uma nuvem de livros. Ademais, diante da gama de entretenimentos disponíveis, comprovadamente, conforme a pesquisa *Retratos* nos mostra, espera-se que o leitor opte, de fato, pelo livro. Diante disso, torna-se importante a elaboração do plano estratégico, a partir do projeto editorial. Assim, algumas iniciativas são bem-vindas, para que se pense a obra no mercado. Vejam-se três delas:

A primeira: há um campo, um espaço em que devem ser consideradas e apreendidas formas de nele se posicionar, prevendo o público-alvo; determinar ‘onde’ e ‘como’ exibir o material publicado para esse nicho. Isso requer um mapeamento de lugares e eventos, que inclui o estudo de subjetividades, como é o caso da bíblia que consta do inconsciente coletivo por inúmeras civilizações.

A segunda diz respeito ao envolvimento de todos aqueles constantes no processo de edição e ao comprometimento com a difusão e circulação da obra. Se por um lado, cada vez mais, os editores mantêm o papel de realizar a editoração do livro, esquivando-se ou deixando o encargo de divulgação para o autor, esse cenário, surgido com as mídias sociais e com a participação dos usuários, aproxima autor e leitor. Aliás, tal situação permite o empoderamento do autor diante do sistema. Ele sabe quem está lendo, quais as críticas, o que leva o leitor àquela narrativa. Cenário presente com força, por exemplo, nos *fanfics*, em que há o desdobramento do conteúdo em outras narrativas.

Por fim, a terceira e última, relacionada às informações dos dados contidas em metadados, disponíveis na *web*, e que facilitarão o encontro da obra com o leitor. Em qualquer uma das iniciativas elencadas, ocorre uma tênue divisão entre a autoria, a recepção da obra e a interferência do leitor.

Considerações finais

Diante do recorrido, percebe-se que a leitura atende à neuroplasticidade e está sob o efeito de percepções que incluem as terminações nervosas do corpo em ligação com o cérebro, portanto, permitem ao corpo novas maneiras de sentir e agir diante de um texto. Contudo, não sem antes manter a atenção ao conteúdo a ser apreendido e a relevância disso, para que a leitura se torne um constante alimento à alma.

Conforme acena Humberto Maturama (2002), a convivência por meio das ações consensuais no espaço de relações designa o verdadeiro fluir para a conversação; e complementamos: o diálogo que se estreita, à medida que os agentes formadores do circuito de comunicação conversam amorosamente entre si, possibilitam maior compreensão das etapas do processo que transcorre sistemicamente da edição à leitura.

De fato, conforme se viu, a leitura conduz a novos conhecimentos; no entanto, é desejável que se utilize esse instrumental como um trampolim para outras tantas reflexões, de modo a incentivar o hábito de ler. O contrário disso, porém, faria com que a concorrência criativa levasse à restrição ou à descontinuidade da leitura, considerando-se o que revela a pesquisa *Retratos da leitura no Brasil* (FAILLA, 2016).

Com a ampliação das plataformas de publicação, o papel dos agentes formadores do campo – ou da pluralidade de campos, como defende Thompson (2013) – sobrepõe-se em camadas que não mais delimitam o tempo e o espaço. Alastram-se entre línguas, países e formatos.

Assim, pode-se inferir que, cognitivamente, o processo de apreensão do conteúdo diverge conforme a plataforma, em especial ao considerar as mídias em convergência. Mas seja em linguagem audiovisual, sonora, textual, ou mesmo no dispositivo ao qual a narrativa estiver envolvida, o livro haverá de manter a missão de atender ao cabedal civilizatório e incumbência de registrar informações ao longo dos anos. E tal ocorrerá de maneira que, ao considerar o processo e as relações estabelecidas entre os agentes do campo editorial, seja constatada a permanência da missão de fazer circular e difundir o conteúdo entre os indivíduos e suas instâncias. Além do mais, o circuito há atender, também, ao caráter socializante de compartilhamento. Mesmo porque, de forma caótica, em suas múltiplas possibilidades de criação, de edição e de leitura, a informação tem possi-

bilidade de circular sem ser devidamente apreendida, assim como o livro pode ser comprado e colocado na estante, sem nunca ser aberto.

Já no processo de produção editorial, viu-se que desde as etapas mais primárias, como a elaboração do conteúdo, percebe-se um diferencial entre o impresso e o digital. Na elaboração desse último, porém, permitem-se menos unicidade, mais relações externas, fragmentação e hipertextualidade nos textos. Os gestos, como bem lembrou Didi-Huberman (2016), repetem-se ao longo dos anos, não raro, colocam-se portanto, respondendo à historicidade. Se a leitura silenciosa das páginas do impresso requer concentração, ambientes ensimesmados, o digital é facilmente apreendido em meio a interrupções contínuas. Isso não sinaliza contrasenso entre o público e o privado; longe disso, aliás, ambos os formatos são pertinentes à leitura em qualquer espaço.

Conforme apontou a literatura respeitante a essa área, a nova ordem passa a revelar, em cada dispositivo, múltiplos invólucros de conteúdos, quer por meio da narrativa ficcional, ou não. Acompanhar tais movimentos, atentos às constantes mudanças, passa a ser um frequente desafio para o profissional que intenta atuar nesse campo tão orgânico em suas posições, instâncias e saberes.

Observa-se, porém, que as reflexões aqui apresentadas consistem em provocações para novas investigações, em que o externo espelho da leitura vem provocando a inversão do olhar para a introspecção, para o ensimesmamento e todas as conexões mentais e emocionais que consideram a leitura como impulsos internos de seleção de material a ser lido, de apreensão desses mesmos impulsos, de representação, provocados pelo autoconhecimento. Leve-se em conta, ademais, o estímulo da leitura, a partir da consideração do si mesmo, quer dizer: não há como estimular a prática, sem considerar a premissa de que a leitura pressupõe um “querer” e, por isso, “a leitura vem de dentro”. Mas isso constituirá uma outra fase da pesquisa, na qual haveremos de nos debruçar e que, no momento, basta considerar como campo aberto de investigação na área de comunicação, que conta com os pilares das Ciências Humanas.

Referências

BARCELLOS, Marília de Araujo; COSTA E SILVA, Maura da. A recepção de uma narrativa em dois suportes: um estudo de caso do blog e do livro *Depois dos Quinze*. In: *Anais III Jornada Gaúcha de Recepção*. São Leopoldo: Unisinos, 2016.

BORDINI, Maria da Glória. Leitura no século XXI: o meio substituiu a mente?. In: (Orgs) RÖSING, Tania; ZILBERMAN, Regina. *Leitura: história e ensino*. São Paulo: Itaú Cultural, 2016.

BURKE, Peter. *O que é história do conhecimento?* São Paulo: Unesp, 2016.

BURTON, Bob. The growing financial crisis in Tasmania's newspaper industry. *Tasmanian Times.com*, 2016. [Online]. Disponível em: <<http://tasmaniantimes.com>>. Acesso em: 22 dez. 2016.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Leitores, espectadores e internautas*. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CBL/SNEL. *Produção e Vendas do Setor Editorial*. Disponível em: <http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2016/06/Apresentacao-pesquisa-2015-Imprensa_OK.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2016.

CHARTIER, Roger. A história do Livro e da Leitura possibilita uma melhor compreensão das mudanças do presente?. *O Mundo dos Negócios Digitais, 6º Congresso Internacional CBL do Livro Digital*. São Paulo: CBL, 2016. [Palestra].

DARNTON, Robert. *A questão dos livros: passado, presente e futuro*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

DIDI-HUBERMAN. *Que emoção! Que emoção?*. São Paulo: Ed. 34, 2016.

FAILLA, Zoara (org.). *Retratos da leitura no Brasil 4*. Rio de Janeiro: Sextante; Instituto Pró-livro, 2016. Disponível em <http://prolivro.org.br/home/images/2016/RetratosDaLeitura2016_LIVRO_EM_PDF_FINAL_COM_CAPA.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2018.

JUNG; Carl Gustav. *O espírito na arte e na ciência*. Rio de Janeiro: Vozes, 1971.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Comunicação & identidade*. Quem você pensa que é. São Paulo: Paulus, 2010.

MATURANA, Humberto. *Emoções e linguagem na educação e na política*. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 2005.

MORIN, Edgar (Org.). *A religião dos saberes: o desafio do século XXI*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

SANTAELLA, Lúcia. *Corpo e comunicação: sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus, 2004.

SZAPIRO, Alex. Palestra O desenvolvimento do livro digital no Brasil. O Mundo dos Negócios Digitais. In: *6º Congresso Internacional CBL do Livro Digital*. São Paulo: CBL, 2016.

THOMPSON, John. *Mercadores de Cultura*. São Paulo: Unesp, 2013.

WATTIG; Leander. Gamechanger Selfpublishing – fatores de sucesso no novo mercado editorial. O Mundo dos Negócios Digitais. In: *6º Congresso Internacional CBL do Livro Digital*. São Paulo: CBL, 2016.

ZAID, Gabriel. *Livros demais: sobre ler, escrever e publicar*. São Paulo: Summus, 2003.

CAPÍTULO 4

Era uma vez um *Correio Infantil*: o protagonismo do leitor na página das crianças do *Correio do Povo* (Porto Alegre, RS, 1958-1984) ¹

CIDA GOLIN

Introdução

Entre 10 de agosto de 1958 e 10 de junho de 1984, uma página do jornal *Correio do Povo*, jornal da Companhia Caldas Júnior, empresa hegemônica no sul do Brasil e um dos principais jornais brasileiros no século XX,² dialogou com pelo menos duas gerações de leitores, cons-

1. Este artigo é uma ampliação e um desdobramento do paper *Era uma vez um Correio Infantil: percurso panorâmico pela página das crianças do Correio do Povo* (Porto Alegre, RS, 1958 – 1984) de Cida Golin, Luciano Alfonso e Amanda Gomes apresentado no GP História do Jornalismo do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom 2016, que ocorreu na Universidade de São Paulo.

2. O jornal *Correio do Povo* foi fundado por Francisco Caldas Júnior em 1º de outubro de 1895. Desde o início, optou pela ênfase na informação em detrimento do vínculo partidário e opinativo, tendência hegemônica até então. Junto com outras publicações, contribuiu para consolidar um regime jornalístico no Rio Grande do Sul. Em 1910, montou a primeira impressora rotativa no Estado, reformou as oficinas, aumentou a produtividade e equiparou a publicação aos padrões gráficos mais modernos do país. A partir de 1920, conquistou a liderança do mercado e se tornou o principal jornal do Rio Grande do Sul. No final dos anos

truindo entre eles e o diário impresso um forte vínculo de acolhimento, afeto e estímulo à leitura. Neste período, semanalmente, mais de uma centena de cartas chegava à página *Correio Infantil*, e crianças eram vistas na redação buscando seus prêmios em forma de livros. Não raro, os jovens eram convidados a passar algumas horas visitando as oficinas, tentando apreender a rotina de um jornal e daquela página que os transformaria em protagonistas. Por trás da sua edição, trabalhou durante 26 anos Maria de Lourdes Sá Britto (1925–2008), professora, especialista em crianças com necessidades especiais, uma das primeiras jornalistas no Rio Grande do Sul a se vincular a uma redação majoritariamente masculina.

Inserida em uma influente tradição de publicações impressas dirigidas às crianças desde o século XIX, e que teve ascensão nos diários brasileiros a partir dos anos 1930, a página *Correio Infantil* fazia de si personagem, convidava crianças e jovens a se tornarem protagonistas das histórias, autores de textos, e se articulava em torno de elementos bastante valorizados: a promoção do gosto pela leitura, do livro e da escrita de cartas, não apenas dos leitores residentes na Capital, mas de um expressivo contingente de filhos de assinantes do interior do Estado – comprovando a força regional do jornal –, além de assinantes de Santa Catarina e do Paraná.

O recurso narrativo de construir um vínculo de afeto e proximidade, interpelando diretamente o leitor com a marca da oralidade, foi gestado pela página do *Correio* desde o início. Como evoca a própria metáfora do título do jornal espelhada na seção infantil, a mediação dos Correios e particularmente da carta – entendida como estrutura comunicativa com sua lógica de saudação, interlocução e que prevê o tempo da escrita e da espera nas entrelinhas (IONTA, 2004) –, estabelece uma espécie de pacto epistolar entre a equipe editorial e seu público.

Este artigo apresenta um panorama das principais características do *Correio Infantil* do *Correio do Povo* ao longo de quase três décadas de

1960, a empresa Caldas Júnior era a sétima maior do ramo jornalístico no País; em 1979, o *Correio do Povo* ainda se mantinha em nono lugar no ranking dos principais jornais nacionais, já em plena crise financeira e estrutural que o levaria ao fechamento em junho de 1984 (RUDIGER, 2003; FONSECA, 2008). Em 1986, o prestígio e o capital do nome *Correio do Povo* foi adquirido por nova empresa que o faz voltar ao mercado em formato tabloide, com outra proposta informativa e estratégia de distribuição. Atualmente o jornal pertence à Rede Record.

circulação semanal, enfatizando, dentre os gestos editoriais de sua equipe, a promoção do livro, da leitura e dos leitores como protagonistas, as temáticas mais recorrentes e a carta como estrutura comunicativa da página. O trabalho integra um projeto maior, desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa em História da Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, intitulado *Histórias de vida na Comunicação – Trajetórias profissionais no Rio Grande do Sul*.³

O mapeamento⁴ é resultante da leitura e organização dos documentos recebidos da família de Maria de Lourdes Sá Britto⁵ – catalogação de recortes de jornal e excertos do *Correio Infantil*, cartas de leitores da página e de alunos de Maria de Lourdes, documentos pessoais, entre outros materiais diversos –; da realização de cinco entrevistas, seguindo preceitos da História Oral temática (ALBERTI, 2013), com familiares da jornalista e colegas de redação⁶; e, por fim, da análise flutuante de uma amostra composta das décadas de 1950, 1960, 1970 e 1980, obtida a partir de pesquisas no arquivo do jornal *Correio do Povo*, em Porto Alegre, a fim de detectar as principais alternâncias temáticas da página e suas especifi-

3. Outro desdobramento desta pesquisa resultou no capítulo “Uma professora no jornal: a trajetória de Maria de Lourdes Sá Britto no *Correio Infantil*” de Cida Golin e Luciano Alfonso (2018).

4. Este primeiro mapeamento foi produzido na disciplina Laboratório de Pesquisa do Curso de Comunicação da FABICO-UFRGS, nos anos de 2015 e 2016, e desenvolvido dentro das atividades do Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD). Nos dois semestres, a disciplina foi coordenada pelos professores Cida Golin e Luciano Alfonso. Os alunos que participaram em 2016 foram: Amanda Gomes da Silva, Brenda Cruz, Douglas Freitas, Gabriel Brum, Mayuri Winckiewicz e Yamini Benites. Em 2015: Ana Carolina Giollo, Bruna Andrade, Julia Corrêa da Rocha, Laura Becker da Luz e Pedro Veloso.

5. Este material foi cedido para a pesquisa pela jornalista e professora da Universidade de São Paulo, Claudia Lago. Encontra-se, no momento, sob a guarda do Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD – CNPq).

6. Em 2016, os alunos pesquisaram nomes possíveis para realizar entrevistas procurando esboçar um perfil de Maria de Lourdes Sá Britto e, ao mesmo tempo, registrar memórias de leitura da página infantil. Vários contatos foram feitos e, desse esforço, conseguimos entrevistar em 2016 os colegas de redação e contemporâneos de Maria de Lourdes Sá Britto, os jornalistas Antonio Hohlfeldt, Carla Irigarai e Ney Gastal. Para traçar um perfil da editora a partir do depoimento da família, convidamos as sobrinhas Mara Lago e Mônica Sá Britto Gonzales Fonseca.

idades narrativas que serão iluminadas aqui também em um diálogo com estudos sobre leitura e literatura infantil.

Contexto de publicação e a tradição dos impressos para crianças

Em 09 de agosto de 1959, quando o *Correio Infantil* completou seu primeiro aniversário após 52 edições dominicais, já ocupava, no corpo do jornal, o lugar prestigiado de uma contracapa de caderno. Ao deslocar-se no espaço gráfico, não necessariamente na contracapa, demarca o sucesso que angariou desde sua primeira aparição em apenas meia página do *Correio do Povo*. Por meio do recurso da personalização, fazendo do jornal personagem, típica estratégia narrativa utilizada pela página ao longo dos anos, escreve o “Bilhete aos meus pequenos leitores”, que transcrevemos em parte:

[...] A redatora, encarregada de meu conteúdo, procura encontrar histórias interessantes; lendas da nossa terra e de outros povos; aspectos das nossas capitais e de outros países; adivinhações; e o “Quem é que sabe?”, 10 perguntas que são um teste para verificar o aproveitamento escolar de meus amiguinhos.

Ela lê todas as cartas que vocês me escrevem. Procura responder e agradecer as perguntas, as colaborações e as palavras de carinho que vocês me enviam. Depois disso pronto, ela me entrega ao paginador. Este, então, “rompe a cabeça”, para organizar toda a matéria dentro de uma página do *Correio do Povo*.

[...] O mais engraçado é que às vezes os três discutem por minha causa. Assim se hoje estou mais bonito por uma coisa nova que tenho (não vou dizer o que é para ver se vocês são bons observadores; sorteari um livro entre os que a descobrirem) devo ao desenhista, que vinha lutando há muito tempo com o paginador para me tornar mais atraente ainda.

[...] Outra coisa: geralmente eu sou paginado [feito] nos sábados à noite, e assim a redatora e o desenhista, como vocês também, me esperam com ansiedade no domingo, para ver como eu saí. É que nem sempre o paginador utiliza toda a matéria dada, pois às vezes, na hora de paginar, falta ou sobra espaço, e ele tem de tirar ou pôr

alguma coisa, por conta própria. (BRITTO, 1959).⁷

Ao longo de 26 anos, a página infantil foi alternando a materialidade de seu perfil gráfico. Pela amostra, verificamos que o logotipo foi trocado pelo menos seis vezes. Em linhas gerais, de uma construção abarrotada de palavras e de poucas ilustrações nos primeiros anos, passou a ganhar, especialmente na fase final, arejamento maior, amplitude de imagens e legibilidade, seguindo as reformulações gráficas do próprio jornal. Nesta paulatina alteração de estrutura gráfica, a equipe vai projetando e ajustando as competências de leitura (CHARTIER, 2001) do público suposto ao qual se destina, desenhando-o também na sugestão visual da página. Percebe-se, nos últimos anos, o protagonismo cada vez maior dos títulos em destaque, da ilustração e da fotografia como chamarizes, conforme apresentam as Figuras 1 e 2.

7. Recorte do arquivo pessoal de Maria de Lourdes. BRITTO, Maria de Lourdes, **Correio do Povo**, Correio Infantil, Porto Alegre, s/p., 09 de agosto de 1959. A ortografia foi atualizada ao longo dos excertos utilizados do jornal.

O slogan “Histórias, passatempos e diversões educativas”, presente na década de 1960, sintetiza seu perfil inicial marcadamente escolar e lúdico. Cartões-postais, adivinhações, desenhos para colorir e completar, bonecas para recortar e montar, quadrinhos, constituem uma espécie de miscelânea dirigida a uma faixa de público de quatro anos até a adolescência.

Percebe-se um matiz pedagógico na escolha dos temas e no constante exercício cíclico de retomada das efemérides (festas religiosas como Natal, Páscoa, São João, comemorações cívicas, etc.); nos conselhos e orientações sobre modos de comportar-se, ou nas sistemáticas matérias de serviço, pontuando desde a circulação pedestre da criança na cidade (o concurso “Minha amiga sinaleira” e as inumeráveis fotos dos guardas de trânsito em frente às escolas) até campanhas de vacinação infantil, passando pelas possibilidades de aproveitar o tempo largo das férias em qualquer espaço físico ou imaginário: em ambos os casos, sem prescindir da companhia de um bom livro.

Boa parte das características gerais da página está alinhada às matrizes típicas das publicações para crianças que circularam no Brasil desde a primeira metade do século XIX. Segundo o estudo pioneiro de Arroyo (2011), estes impressos foram decisivos para a formação e o desenvolvimento da literatura infantil em uma época em que predominava a literatura oral como experiência de escuta lúdica e “instrutiva” dos pequenos leitores. Mais do que livros ou seletas, foram jornais como *O Recompilador* ou *Livraria dos Meninos* (Salvador, 1837), *O Mentor da Infância* (Salvador, 1846), *O Juvenil* (Rio de Janeiro, 1835), *Jornal de Instrução e Recreio* (Maranhão, 1845), *A Saudade* (Pernambuco, 1850), o *Kaleidoscopio* (São Paulo, 1860), entre vários arrolados no período, que constituem aquilo que Arroyo (2011) chama de pré-história da literatura infantil brasileira, promovendo a valorização da leitura tanto pelo viés pedagógico de aliança direta com a escola, como experiência de interesse lúdico e recreativo.

Os modelos para a incipiente imprensa infantil residiam, pelo menos cinquenta anos antes, na Europa, com destaque para o *Le Magazin d'Education et Récréation* que circulava em Paris com textos de Julio Verne e Madame de Staël, entre outros escritores, e *The Lilliputian Magazine* (1751-1752), segundo a pesquisa de Arroyo (2011), provavelmente a primeira manifestação da imprensa infantil em Londres e na Europa. O autor toma para este primeiro conjunto das publicações periódicas brasileiras uma observação da pesquisadora Carmen Bravo-Villasante em

relação aos impressos espanhóis, de que esta imprensa refletia o lado do adulto, do preceptor e do professor, ou seja, constituía-se em um ramo forte e explícito da pedagogia. Tanto que a proliferação de jornais produzidos em escolas será uma tônica do século XIX e das primeiras décadas do século XX, buscando desenvolver o gosto pela leitura, pela literatura, recorrendo temporalmente à marcação das efemérides e de datas cívicas – esta insuflação da memória coletiva e institucional que, escreve Jean Marie Goulemot (2001), envolve como um tecido comum o nosso ato de ler.

No final dos anos 1950, quando surge o *Correio Infantil*, a publicação de páginas para crianças constituía um nicho em expansão no Brasil. O *Suplemento infantil* (depois *Suplemento juvenil*) configura uma publicação emblemática do gênero lançada pelo jornal *A Nação*, em 1934, na área dos quadrinhos de heróis; o *Globinho*, vinculado ao jornal *O Globo*, começou a circular em 1938; a *Folhinha da Folha de São Paulo*, em 1963, e a revista *Recreio* em 1969. Um ano depois da entrada do *Correio Infantil* em circulação, Maurício de Sousa lança a tira *Bidu*, que evoluiria até o aparecimento da revista *Mônica* em 1970 (HOHLFELDT, 2010; FURTADO, 2013).

Justamente nesta fase de expansão, a revista *Tico-Tico*, pioneira na divulgação de quadrinhos e paradigma do gênero infantil desde 1905, encontrava-se em declínio, sem conseguir cumprir sua periodicidade semanal desde 1957. *Tico-tico* tinha como propósito a educação das futuras gerações ao valorizar a cultura letrada; buscava tornar o público participante de sua proposta editorial e, para isso, recorria a um tom carinhoso, a uma linguagem coloquial e a certo preciosismo linguístico, conforme descrição de Vergueiro e Santos (2008). No Rio Grande do Sul havia, desde 1954, a revista *Cacique*, editada pela Secretaria de Educação do Estado, que se dirigia ao alunato e ao magistério do primário com o intuito de difundir valores canônicos da educação oficial e a figura da criança modelar (BASTOS, s/d). Outro periódico infantil, também referência no período, chamava-se *Sesinho* e circulou, na primeira fase, até 1960 vinculado ao SESI.

Uma professora no jornal

Considerando boa parte da tradição pedagógica do gênero, encontramos na trajetória da editora do *Correio Infantil* aspectos que confirmam a aposta no vínculo entre a escola e o jornal, duas instituições que cumprem

a função de lugares privilegiados de leitura (DUBOIS apud ZILBERMAN, 2001)⁸ e que se aliam para a sua promoção, ainda que este acordo, no caso do *Correio Infantil*, não estivesse selado por uma instância formal. Maria de Lourdes Sá Britto (1925 – 2008), responsável pela página desde sua aparição em 10 de agosto de 1958, foi diplomada na tradicional escola de formação de professores, o Instituto de Educação Flores da Cunha em Porto Alegre, em 1948. Ao longo dos 25 anos de exercício do magistério, especializou-se no trabalho com crianças com necessidades especiais e Síndrome de Down, e tornou-se um membro atuante da APAE – Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de Porto Alegre. Neste universo, as cartas dos seus alunos guardadas no acervo são indícios particulares de uma relação de afeto e dedicação que levou a jornalista ao reconhecimento público na área. Em 1983, um ano antes do *Correio Infantil* encerrar seu ciclo na primeira fase de existência do *Correio do Povo*, ela recebeu o título de Cidadã Emérita de Porto Alegre pela Câmara dos Vereadores.⁹

Apesar de a página ter iniciado em 1958, documentos pessoais da jornalista apontam que ela foi efetivada como repórter da Caldas Júnior em 1º de janeiro de 1961. Na redação, onde chegava geralmente no meio da tarde, seus colegas a chamavam de “Baixinha”. Recordam seu temperamento extrovertido e congregador, o gosto pela vida social e cultural. Sentava-se junto ao editor de Cultura, Paulo Fontoura Gastal, responsável pelo conjunto de páginas e cadernos, entre eles o infantil. O jornalista Antonio Hohlfeldt, por exemplo, começou seu longo vínculo com a Caldas Júnior justamente pelas frequentes colaborações no *Correio Infantil*. Quando passou a integrar o corpo da redação, partilhava da mesma editoria de Maria de Lourdes: “Muitas vezes eu vi crianças indo até a redação do jornal para receberem seus prêmios. E eu ficava na mesa de trás, então Maria de Lourdes sempre me apontava e dizia; ‘este começou aqui na página!’. Ela tinha orgulho muito grande disso”.¹⁰

8. DUBOIS, Jacques. *L'institution de la littérature*. Introduction à une sociologie. Bruxelas: Labor, 1978.

9. Estas informações foram obtidas a partir da leitura de documentos do acervo pessoal da editora Maria de Lourdes Britto.

10. Entrevista concedida por Antonio Hohlfeldt em 29 de abril de 2016 a Amanda Gomes.



Figura 3 – Maria de Lourdes e as crianças na redação do *Correio do Povo*.

Fonte: Acervo pessoal, s/data

Maria de Lourdes fez parte de um raro grupo de mulheres nos anos 1960 – e nesse grupo inserimos a jornalista de cultura e colunista social Lígia Nunes, sua melhor amiga – a integrar uma redação majoritariamente masculina. A repórter Carla Irigarai, que foi efetivada no início dos anos 1970 e chegou a trabalhar junto à página infantil, também fez parte dessa geração de precursoras no *Correio do Povo*, percebendo da mesma forma o quanto estavam mobilizadas em torno de conteúdos, até então, naturalizados e adequados para mulheres de sua geração: a cultura, a música, a arte, a sociabilidade, a lida com as crianças, a educação.¹¹

A promoção do livro, da escola e do jornal

Chama a atenção na página, desde o início, a proximidade do *Correio Infantil* com o mercado editorial de lançamentos. Os concursos e a sabinina semanal dirigida às crianças,¹² ao aferir o grau de apreensão dos textos, pressupunha a relação escolar da leitura como algo de que sempre

11. Entrevista realizada com Carla Irigarai em 09 de junho de 2016 por Amanda Gomes.

12. A mais sistemática delas foi o concurso “Quem é que sabe?”, 10 perguntas dirigidas ao leitor sobre temas tratados na página.

se tem que prestar contas (MORAES, 2017). O livro configurava o prêmio máximo. Na maioria das vezes, este prêmio de leitura incluía a experiência de conhecer pessoalmente a redação da Caldas Júnior, o que implicava também no espelhamento do leitor na própria página, seja pelas suas palavras reescritas pelos “redatores” ou pela sua fotografia impressa ali, como vimos na imagem anterior.

A cidade de Porto Alegre era apresentada às crianças a partir dos espaços que convidavam ao hábito cotidiano da leitura, demarcado na sala infantil da biblioteca pública central com 5.845 volumes, na cobertura sistemática da feira anual de livros da Praça da Alfândega e na divulgação das novidades infantis que chegavam às livrarias:

[...] É agradável observar que aumenta cada vez mais a produção brasileira de livros para crianças. Mais animador ainda é ter aparecido nesta época, tão grande e tão variados lançamentos. Os últimos livros das Edições Melhoramentos, em suas várias coleções destinadas tanto ao público infantil como juvenil. A “Coleção Obras Célebres”, a “Coleção Histórias do Folclore”, a “Coleção Alegria da Infância”, que reúnem autores como Franklin de Sales, Hernani Donato, Julio Verne, Walt Disney e Alexandre Dumas é todo um conjunto de histórias que encantam as crianças de todos os tempos, valorizadas pelos recursos da moderna técnica gráfica. (VAMOS, 1963, p. 36).¹³

A literatura foi uma temática recorrente desde o primeiro número, que abriu com fábulas de Esopo. Colegas de redação¹⁴ lembram a proximidade das editoras com a página, especialmente a Melhoramentos, que divulgava capítulos e até histórias completas de seus lançamentos, como ocorreu com a série *Aventuras na fazenda de Taquarapoca*, segundo Hohlfeldt (2016)¹⁵.

No retrospecto da página, realizado em janeiro de 1970, a jornalista

13. VAMOS Ler! *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 13 jan. de 1963, p. 36.

14. Antonio Hohlfeldt (2016), Carla Irigarai (2016) e Ney Gastal (2016) referiram esses dados nos seus depoimentos. Irigarai e Ney Gastal lembram o quanto Maria de Lourdes era criteriosa em distribuir para crianças todos os livros que chegavam à redação.

15. Entrevista concedida por Antonio Hohlfeldt a Amanda Gomes em 29 de abril de 2016.

agradece o estímulo dos livreiros da cidade, especialmente à Livraria do Globo, à Sulina, entre outras.¹⁶ É importante situar que, entre as décadas de 1960 e 1980, assiste-se a uma expansão da literatura infantojuvenil no Brasil por meio do interesse e do estímulo das editoras neste filão cada vez mais valorizado no âmbito escolar. Se até então Monteiro Lobato era o primeiro grande autor brasileiro no gênero, acompanhado por outros escritores consagrados que dedicaram alguma obra a este público específico, a partir dos anos 1970 vive-se uma espécie de *boom* editorial deste tipo literatura, combinando livros e espetáculos, diversidade de autores e narrativas.

O desenvolvimento de alguns atributos, que até então eram mais esparsos e tateantes, acabaram se tornando hegemônicos no segmento: o aproveitamento escolar; a introdução de forma irreversível do universo da cidade nos enredos; uma busca pela crítica social por meio do realismo e o exercício sistemático do ponto de vista da criança, rompendo a onisciência de um narrador adulto e contornando a assimetria característica do gênero. (ZILBERMAN; LAJOLO, 1986; HOHLFELDT, 2010).

Como universo narrativo, a página responde a boa parte dessas características e, mesmo no viés pedagógico ou no dever-ser da educação, constrói a figura da criança participativa, que tem a escola como referência e sonha com o futuro. No ritmo cíclico da edição, o mês de março era dedicado à volta às aulas. O *Correio* acompanhava seus leitores nessa passagem, e não foram poucas as vezes em que entrou nas escolas captando flagrantes dos colégios públicos e, nesse sentido, registrando o prestígio do sistema público de educação, os tradicionais colégios particulares e as impressões dos alunos sobre a experiência escolar.

Podemos inferir que a página se articula como uma montagem de fragmentos que valoriza a escola como experiência. Neste sentido, amplifica o que é produzido e circula restrito aos muros estudantis. A seção “As crianças colaboram”, por exemplo, oferece a possibilidade de visibilizar a produção textual dos leitores e o ponto de vista dos alunos ao longo de

16. Como colaboradores são listados as escritoras Maria Dinorah e Tia Lenita, Maria Tecace-nco, Fernando Sampaio, Avancini, Mauro Côrte Real e outros. BRITTO, Maria de Lourdes. Dez anos: muitos amigos, muita alegria. *Correio do Povo*, Correio Infantil, s/p., 4 jan. 1970. Acervo pessoal.

seu período formativo. Abaixo, um fragmento da redação “O jangadeiro” de Maria do Carmo, aluna do quarto ano de uma escola municipal de Porto Alegre em 1968, fragmento capaz de captar de forma contundente o coletivo, o contexto das relações interétnicas no Brasil e a matriz de trezentos anos de escravidão, atravessando e falando por meio de uma experiência singular:

[...] Na época da escravidão, os jangadeiros foram os primeiros a recusarem-se a fazer o transporte dos pobres negros cativos.

[...] Eu, que sou de cor escura, penso que, cada vez mais que me olho no espelho: “Sou escura mas não sei se minha alma também o é”. E neste momento rendo a minha homenagem sincera a todos os que colaboraram com a abolição da escravatura. (ALMEIDA, 1968, p. 27).¹⁷

Entre o acionamento do ponto de vista infantil, ora na profusão de imagens lúdicas das crianças, ora sublinhando a dimensão de seus conflitos, vale destacar o posicionamento de defesa dos leitores assumido pela equipe editorial e enfatizado nas matérias assinadas pela editora. Um episódio emblemático deste gesto editorial encontra-se na página de 1º de dezembro de 1968, quando o *Correio Infantil*, publicamente, toma à frente dos alunos no episódio do rito de admissão em 1968. Pela perspectiva dos alunos, muitas das provas mimeografadas entregues no exame daquele ano apresentavam perguntas ilegíveis, alguns examinandos deixaram respostas em branco, outros tentaram sem sucesso a ajuda dos professores para entender questões mal impressas no papel. Seguimos com um fragmento da matéria assinada por Maria de Lourdes:

[...] [os alunos] não foram atendidos em suas pretensões. Acostumados todos eles com a atenção e compreensão de suas professoras do curso primário, não entenderam a recusa dos novos e futuros mestres, com isso perdendo sem culpa própria, vários pontos. Infelizmente as vagas para a primeira série em quase todos os ginásios são bem menores do que o número de candidatos. [...] Pedem

17. ALMEIDA, Maria do Carmo. O jangadeiro. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 6 out. 1968, p.27.

os nossos pequenos amigos, através do “Correio Infantil”, que é o seu jornal, aos diretores e professores de outros ginásios que revisem bem as provas mimeografadas antes de iniciar os exames e que não se recusem a atendê-los, caso ainda houver necessidade. (BRITTO, 1968).¹⁸

Esta é uma das tantas situações em que o *Correio Infantil* toma posição pelos seus jovens leitores. Neste movimento de mediação da página, infere-se o quanto o jornalismo vai ganhando envergadura como instituição referencial no cotidiano de seu público. Se a escola recebe determinada perspectiva nas narrativas jornalísticas – majoritariamente a partir do modelo da cidade capital –, o inverso também ocorre. O universo jornalístico colabora com as atividades de classe, não apenas no estímulo para os jovens produzirem veículos similares ou jornais murais, prática cultural sistemática no Brasil do século XIX até meados dos XX,¹⁹ mas também como tema comemorativo.

Era o caso recorrente dos aniversários do *Correio do Povo* festejados na primeira semana de outubro, com frequência convocando os alunos para escrever sobre o jornal. Como exemplo, apresentamos um excerto das quadrinhas criadas pelos alunos do segundo ano do Ginásio Estadual Euclides da Cunha, publicadas na edição do dia 06 de outubro de 1968: “Nosso jornal é o CORREIO DO POVO/ O CORREIO é honesto e sincero/O CORREIO DO POVO é um jornal legal/ O CORREIO DO POVO é uma BRASA MORA!”

18. Recorte do arquivo pessoal. BRITTO, Maria de Lourdes Sá. Exame de admissão. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 1º dez. 1968. s/p.

19. Segundo Leonardo Arroyo (2011), a imprensa produzida nas escolas alcançou grande repercussão e prestígio ao longo do século XIX, recrudescendo em meados do século XX. Foram nesses veículos, espelhados na hegemonia do jornal impresso, que muitos escritores ensaiaram seus primeiros textos. O autor oferece dados significativos da imprensa escolar no Brasil.



Crianças Dão o Recado no 80.º Aniversário

Maria de Lourdes Sá Brito

GENÊSIS AMOROS DO CORREIO INFANTIL



Professora e alunos do Instituto Educacional São José traçam a sua homenagem.

Meu nome é Maria. Sou uma de mais de 700 crianças que estão a celebrar o aniversário do Correio do Povo, que há 80 anos que nasceu em 19 de Setembro de 1895. Eu quero muito agradecer a todos os que me ajudaram a criar este maravilhoso mundo de sonhos e de alegria. Eu quero muito agradecer a todos os que me ajudaram a criar este maravilhoso mundo de sonhos e de alegria. Eu quero muito agradecer a todos os que me ajudaram a criar este maravilhoso mundo de sonhos e de alegria.

Desde 19 de Setembro de 1895, o CORREIO INFANTIL vem sendo editado, cada semana, no CORREIO DO POVO. Desde então, este jornal tem sido um ponto de encontro para as crianças de todo o país. Ele tem sido um ponto de encontro para as crianças de todo o país. Ele tem sido um ponto de encontro para as crianças de todo o país.



A banda do Circolo Mús. de Dona atribuído com a festa do aniversário do Correio.



Frederica Antóbio, Brena e Alexandra Morais Caldas relembram os tempos do Anjozinho Santa Cruz.



É de respeito, mas também amorosa pela casa. Era o Corol do Gênesis "Pão das Palavras" que trazia o mesmo jornal.



Frederica de Aguiar, Brena e Alexandra Morais Caldas relembram os tempos do Anjozinho Santa Cruz.

Frederica Antóbio, Brena e Alexandra Morais Caldas relembram os tempos do Anjozinho Santa Cruz. Era o Corol do Gênesis "Pão das Palavras" que trazia o mesmo jornal. Eu quero muito agradecer a todos os que me ajudaram a criar este maravilhoso mundo de sonhos e de alegria. Eu quero muito agradecer a todos os que me ajudaram a criar este maravilhoso mundo de sonhos e de alegria.



Folha Seca
Lair Oscar Côrtes e Paulo Renato - Capôit
No aniversário da Folha Seca, há um gesto que não podemos esquecer. É o gesto de quem nos dá a palavra. É o gesto de quem nos dá a palavra. É o gesto de quem nos dá a palavra.

A Marinha
Jorge Luís Sousa da Silva - 10 anos - Capôit
A Marinha é uma das coisas que mais gosto de fazer. É uma das coisas que mais gosto de fazer. É uma das coisas que mais gosto de fazer.

A Boa Bruxinha
Mara Rezente - Topôit
A Boa Bruxinha é uma das coisas que mais gosto de fazer. É uma das coisas que mais gosto de fazer. É uma das coisas que mais gosto de fazer.

A História de Uma Gotinha d'Água
Mário Sérgio - 9 anos - Capôit
A história de uma gotinha d'água é uma história muito interessante. É uma história muito interessante. É uma história muito interessante.

Se Eu Fosse...
Dionísio Celso Vieira - Bento Gonçalves
Se eu fosse... é uma história muito interessante. É uma história muito interessante. É uma história muito interessante.

Figura 4 - Edição comemorativa dos 80 anos do Correio do Povo em 05 de outubro de 1975. Fonte: Acervo pessoal

Em 1975, o jornal festeja 80 anos, já começando a enfrentar a crise financeira que o levaria à perda da hegemonia no mercado sulino e ao fechamento em junho de 1984. Nesta ocasião, conforme exemplificamos na figura acima, o *Correio Infantil* se apresenta em forma de homenagens, visibilizando uma demonstração muito particular de prestígio e capital simbólico expressa na tradicional visita das crianças ao prédio da rua Caldas Júnior. Ao percorrer as datas redondas que pontuam a trajetória do *Correio do Povo*, notamos que era recorrente o jornal falar de si por meio da fidelidade dos seus leitores, especialmente os notáveis que, não raro, acorriam ao prédio físico para demonstrar seu apreço. No mesmo ritmo comemorativo da apreensão da história coletiva e escolar, o aniversário era o momento de inscrever o jornal na história cultural da cidade e do estado, de enfatizar o passado acolhendo o vínculo futuro, de falar de si por meio do interesse e do afeto de leitores em formação.

A mediação da carta: entre a página e seus leitores

Além dos alunos das escolas de Porto Alegre, a equipe editorial interagía, especialmente, com os filhos dos assinantes, como se pode perceber pela carta abaixo, que descreve a espera de um menino pelo percurso de um jornal atravessando os quase 200 quilômetros que separam Bagé de Livramento, na fronteira do Rio Grande do Sul.

PREZADOS REDATORES

Sou assíduo leitor do “Correio Infantil”. Estou cursando o 3.º ano primário no G. E. “São Pedro” em Bagé. Meu nome é Hamilton Rosa de Freitas. Meu pai é assinante do “Correio do Povo”. Seu nome é Sebastião Gomes de Freitas. Eu tenho muita vontade de responder as perguntas de “Quem é Que Sabe?” mas não posso porque moramos na campanha. O endereço da cidade é João Pessoa 31 — Livramento.

Vovô João bota o jornal no ônibus e o jornal de domingo chega quase com uma semana de atraso é por esse motivo que não posso responder o “Quem é que sabe?”.

Gosto muito desta página, principalmente das histórias. Gosto também das Aventuras de Tintim”.

Queiram aceitar abraços do amiguinho

HAMILTOM — Bagé

Figura 5 – Carta ao Correio Infantil. Correio do Povo,
13 de janeiro de 1963, p.36.
Fonte: Acervo *Correio do Povo*

Este fragmento é emblemático da condição de espera implícita no pacto de leitura proposto pela equipe editorial a seu público. A paciente espera pela leitura de um periódico impresso é uma experiência de uma temporalidade menos veloz e recorrente, por exemplo, nos depoimentos dos leitores da revista *Tico-tico* (MENNA, 2012). Trata-se de uma modalidade de leitura mais reflexiva ou sentimental, em que o leitor busca fixar o texto, pensar e formar opiniões (BORDINI, 2016).

Pela espera, o pacto de leitura ancora-se na mediação da carta, tanto sob o ponto de vista do redator adulto como do leitor. Na medida em que convida semanalmente os jovens a enviarem cartas, criando a expectativa de que poderão se ver publicados no jornal, o *Correio Infantil* se configura tanto como espaço de manifestação pública, como possibilidade de acolhimento da intimidade, condição esta fundamental para a construção do vínculo de afeto encenado na troca epistolar. Ou seja, a carta pública não adquire o viés da impessoalidade. Neste singular dar-se a ver

ao destinatário, cria-se uma forma de presença marcada por distanciamentos espaciais e temporais entre as ações de ler e escrever, assim como dos acontecimentos narrados (IONTA; GOMES, 2004). O título *Correio Infantil* envelopa as instruções dadas ao leitor suposto no texto e reverbera uma temporalidade constitutiva da formação histórica do jornalismo e seus repórteres sitiados em locais distantes, até hoje conhecidos como correspondentes (FRANCISCATO, 2005).

Durante os anos 1960, a seção de endereços “Amigos de Longe” disponibilizava endereços de leitores das mais diversas cidades para que pudessem trocar cartas entre si, resultando em amizades e até casamentos, como o jornal viria a festejar posteriormente. Foi o caso da matéria comemorativa ao dia das mães, em 14 de maio de 1972, ao relatar o nascimento de um “neto” do *Correio Infantil*, escrevendo o nome da criança numa linhagem amarrada pelas próprias cartas dos leitores.

[...] Aos 26 de dezembro de 1970, comunicávamos prazerosos ao *Correio Infantil* o nosso enlace matrimonial, pois foi através destas páginas amigas que chegamos ao conhecimento um do outro.

Agora nossa felicidade é maior ainda, pois nossa primogênita nasceu, trazendo continuidade ao nosso lar. Chama-se ESTELA. Tem cabelos pretos. É bonita. Veio nos fazer companhia aos 25 dias de março. (BRITTO, 1972).²⁰

Se o treinamento da leitura e da escrita é uma constante na trajetória do *Correio Infantil*, percebe-se também o crescimento do protagonismo dos pequenos leitores assumindo o lugar de autores de histórias e cartas, de personagens e fontes de matérias. A equipe de redação interessa-se em conhecer empiricamente seu jovem interlocutor, em entrevistá-lo, buscando acompanhar seu crescimento e, sobretudo, registrar suas singularidades. Evidencia-se, especialmente, a articulação do ponto de vista infantil pelo uso eventual da primeira pessoa e dos diálogos.

Nos múltiplos registros, a página oferece um mosaico de percepções infantis, compondo em fragmentos representações do que era ser criança

20. BRITTO, Maria de Lourdes Sá. A mamãe do *Correio Infantil*. *Correio do Povo*, *Correio Infantil*, Porto Alegre, 14 maio 1972, s/p. Recorte de acervo.

em determinado período histórico. Como exemplo, evocamos a longa entrevista publicada em 21 de outubro de 1962 com o menino Fernando André, de 8 anos, estudante do Grupo Escolar Benjamin Constant, que conta à redatora seus planos de se transformar em um grande inventor e de criar espelhos falantes que orientem quem olha para si mesmo.²¹ Ou a matéria central que ganhou, em junho de 1971, a menina Delaine Oliveira, 11 anos, do quinto ano do Instituto de Educação, após contar à página sua ambição de ser astronauta e comandar uma nave especial, ecoando o impacto recente da chegada do homem à lua. Ela mandou uma carta para a N.A.S.A. na qual perguntava o que era preciso para ser astronauta, se era divertido ir e voltar da lua. Recebeu a resposta em inglês do departamento americano, e toda essa façanha foi publicada no *Correio Infantil* com o comentário prudente da menina: “Tenho só onze anos. Daqui a alguns anos, quando eu começar a comandar uma nave espacial, muita coisa já foi aperfeiçoada e descoberta, mesmo assim, acho que as viagens ao espaço não serão muito comuns” (BRITTO, 1971).²²

Para além do contexto das camadas médias urbanas ou do universo escolar, a página tinha a sensibilidade de captar também outras experiências, ainda que episodicamente, como o caso do engraxate da Praça da Alfândega, praça localizada próximo à redação do *Correio*, que era leitor do *Correio Infantil* e esperava ganhar um rádio do pai no Natal.

21. BRITTO, Maria de Lourdes Sá. Um futuro inventor. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 21 out. 1962, s/p.. Acervo pessoal.

22. BRITTO, Maria de Lourdes Sá. Delaine quer ser astronauta. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 20 jun.1971, s/p. Acervo pessoal.



Figura 6 – O Correio Infantil de 22 de dezembro de 1968 registrou um encontro entre Maria de Lourdes e as crianças na Praça da Alfândega, zona central de Porto Alegre.

Fonte: Acervo Pessoal

O narrador adulto configurado nos gestos da equipe editorial, que busca fazer a mediação com o universo infantojuvenil, ganha contorno autobiográfico na figura da editora quando ela evoca suas memórias infantis como recurso para aproximar-se de seus leitores, sejam eles ideais ou representados por crianças conhecidas e próximas da redação. Na seleção de matérias encontradas no arquivo da jornalista, percebemos uma escrita autorreferencial tecida na interpelação com os leitores, que constitui também o pacto travado nas cartas (GOMES, 2004).

As vivências da infância na cidade de Passo Fundo, Rio Grande do Sul, a lembrança do pai jornalista, o tempo vivido na casa dos tios – essas memórias são acionadas em boa parte nas narrativas em primeira pessoa assinadas pela jornalista. Espécie de autobiografia em fragmentos, é possível entrever uma construção sobre si expressa nas matérias publicadas ao longo das mais de duas décadas da página, como no texto “O armário mágico” de 1961.

[...] mas o que mais me agradava dentro daquela casa era um armário e, neste, eu nunca mexi. Era um armário de tábuas rústicas que ocupava uma parede e que ia quase até o teto. Cheio de prateleiras de alto a baixo. Servia ele como uma espécie de despensa, onde tia Chinita guardava tudo o que de bom fazia ou comprava: caixetas de pessegada, goiabada, marmelada, biscoitos, doces em calda, latas de bala, rapadurinhas de leite, corações de mel, barrinhas de chocolate, broinhas, enfim uma infinidade de coisas gostosas. No alto do armário havia uma sinetinha. Quando este era aberto, a sinetinha tocava (eis a razão por que nunca pude mexer nele...). Cada vez que ouvia a sinetinha do armário soar, corria até a peça onde ele estava para ver o que tia Chininha ia tirar de dentro dele. Naturalmente, sempre ganhava alguma coisa. (BRITTO, 1961).²³

Ao combinar o desenho de múltiplas crianças representadas, desenho esboçado pelo adulto que se rememora criança ou pelo jovem leitor que escreve sobre si, exercitando o aprendizado normativo tanto da leitura como da escrita, o *Correio Infantil* faz um contraponto ao próprio campo semântico da palavra *infantil* que demarca seu público ideal, ou

23. BRITTO, Maria de Lourdes. O Armário Mágico, *Correio do Povo*. Correio Infantil, Porto Alegre, 8 de jan. 1961, s/p. Acervo pessoal.

infância como qualidade do *infante*, daquele que não (*in*) fala (*fante*) e que, segundo Lajolo (2016), constitui um silêncio que será sempre preenchido e definido por discursos de fora.²⁴ Neste jogo entre ser uma criança narrada e interpelada por um narrador adulto ou assumir o ponto de vista da primeira pessoa, a página articula distintas posições de fazer o leitor infantojuvenil passar de objeto a sujeito.

Considerações finais

Pelas memórias da redação, o *Correio Infantil* era visto como uma espécie de “licença poética”. No percurso em torno desta possível licença poética nas rotinas de um jornal, encontramos os vestígios da lenta tecedura do contrato de fidelidade que uniu jovens leitores a um jornal quase centenário em torno de sentimentos como confiança, respeito e afeto, aproximando a instituição do jornalismo das possibilidades de educação não formal. A página reverbera, em distintos graus, a normativa do comportamento escolar cuja condição de entrada e permanência implica em aprender a ler e escrever e consumir textos apoiados na tarefa da redação (ZILBERMAN, 2001).

A redação de textos, apoiada no pacto da correspondência, constituiu um dos principais engajamentos propostos pela equipe editorial ao dar senhas para a leitura e para a escrita, para a valorização do livro e do jornal, adestrando os jovens corpos leitores à temporalidade da espera, a espera paciente por uma resposta, pelo ciclo da semana cujo ápice se dá no final de semana, pela possibilidade de se ver espelhado em texto e imagem no território conquistado. A página visava o treinamento do leitor do impresso, o leitor que até então encontrara no jornal uma perspectiva de descoberta e compreensão da realidade à sua volta.

Em um universo de publicações marcadas pelo dever-ser da boa e estudiosa criança, o *Correio Infantil* enfrenta o desafio de aproximar-se

24. Segundo Lajolo (2016, p.324), “Assim, por não falar, a infância *não se fala*, e *não se falando*, não ocupa a primeira pessoa nos discursos que dela se ocupam. E, por não ocupar esta primeira pessoa, isto é, por não dizer *eu*, por jamais assumir o lugar de sujeito do discurso, e, conseqüentemente, por consistir sempre um *ele/ela* nos discursos alheios, a infância é sempre definida *de fora*”.

deste *outro* infantojuvenil ideal, alternando sua condição fragmentada de distintos pontos de vista. Alterna o ponto de vista hegemônico do adulto orientador ao ceder lugar para captar singularidades da experiência do leitor empírico, abrindo a ele os mistérios de um jornal e, junto dele, construindo o fascínio de fazer parte do mundo impresso ali.

Encontramos também pistas de uma história ainda recente da chegada de mulheres trabalhadoras nos periódicos sulinos, geração esta marcada pela condição histórica de serem mulheres formadas na primeira metade do século XX e, portanto, estarem propensas a cuidar de determinadas temáticas supostamente mais leves ou, então, de cunho formativo e pedagógico. Maria de Lourdes Sá Britto levou este enredo da primeira à última página, no dia 10 de junho de 1984. Nesta última edição realizada com a tradicional pauta junina, talvez ainda sem a dimensão de que seria a última, uma história provavelmente divertiu os leitores ao contar a paixão de um balão azul e amarelo que, prenunciando o porvir, foge das mãos das crianças e se enrosca apaixonado em uma antena... antena fincada para captar imagens de televisão.

Referências

ALBERTI, Verena. *Manual de História Oral*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2013.

ALMEIDA, Maria do Carmo. O jangadeiro. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 6 out. 1968, p. 27.

ARROYO, Leonardo. *Literatura infantil brasileira*. 3 ed. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

BASTOS, Maria Helena. *Divertir, educar e formar: Cacique – a revista da garotada gaúcha (1954-1963)*. In: Disponível em: <<http://www.sbhe.org.br/novo/congressos/cbhe4/individuais-coautorais/eixo03/Maria%20Helena%20Camara%20Bastos%20-%20Texto.pdf>>. Acesso em: 11 jul. 2016.

BORDINI, Maria da Glória. Leitura no século XXI: o meio substitui a mente? In: RÖSING, Tania; ZILBERMAN, Regina. *Leitura: história e ensino*. Porto Alegre: Edelbra, 2016.

BRITTO, Maria de Lourdes Sá. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 9 de agost. 1959, s/p.

BRITTO, Maria de Lourdes Sá. O Armário Mágico, *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 8 de jan. 1961, s/p.

BRITTO, Maria de Lourdes Sá. Um futuro inventor. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 21 out. 1962, s/p.

BRITTO, Maria de Lourdes Sá. Exame de admissão. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 1º dez. 1968. s/p.

BRITTO, Maria de Lourdes Sá. Sem título. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 22 de dezembro de 1968, p. 38.

BRITTO, Maria de Lourdes Sá. Dez anos: muitos amigos, muita alegria. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 4 de jan. 1970, s/p.

BRITTO, Maria de Lourdes Sá. Delaine quer ser astronauta. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 20 jun.1971, s/p.

BRITTO, Maria de Lourdes Sá. A mamãe do Correio Infantil. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 14 maio 1972, s/p.

BRITTO, Maria de Lourdes Sá. Crianças dão o recado no 80º aniversário. *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 5 de out. 1975, p. 26.

CHARTIER, Roger. Do livro à leitura. In: CHARTIER, R. (Org). *Práticas da leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

CORREIO INFANTIL, *Correio do Povo*, Porto Alegre, 06 de outubro de 1968, p. 27.

CORREIO INFANTIL, *Correio do Povo*, Porto Alegre, 10 de junho de 1984, p. 11.

FONSECA, Virgínia. *Indústria de notícias*. Capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

FRANCISCATTO, Carlos Eduardo. *A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão: Editora UFS/Fundação Oviedo Teixeira, 2005.

FURTADO, Thaís Helena. *O jornalismo infantil e o desejo de consumo: o discurso da revista Recreio*. 2013. 238f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Curso de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

GOLIN, Cida; ALFONSO, Luciano; GOMES, Amanda. Era uma vez um Correio Infantil: percurso panorâmico pela página das crianças do Correio do Povo (Porto Alegre, RS, 1958 – 1984). In: GP História do Jornalismo do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, USP, São Paulo, SP, 2016.

GOLIN, Cida; ALFONSO, Luciano. Uma professora no jornal: a trajetória de Maria de Lourdes Sá Britto. In: *Perfis da comunicação: trajetórias profissionais no Rio Grande do Sul*. Grupo de Pesquisa em História da Comunicação da Fabico | UFRGS. Florianópolis: Insular, 2018. [no prelo]

GOMES, Ângela de Castro. *Escrita de si, escrita da história*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

- GOULEMOT, Jean Marie. Da leitura como produção de sentidos. In: CHARTIER, R. (Org). *Práticas da leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.
- HOHLFELDT, Antonio. Na história das publicações brasileiras, a criança também teve vez... In: BRAGANÇA, Aníbal e ABREU, Márcia (Org). *Impresso no Brasil*. Dois séculos de livros brasileiros. São Paulo: Editora Unesp, 2010.
- HOHLFELDT, Antonio. *Entrevista concedida a Amanda Gomes em 29 de abril de 2016*.
- HAMILTON. Correio das crianças. *Correio Infantil*, Correio do Povo, 13 de janeiro de 1963, p. 36.
- IONTA, Marilda Aparecida. *As cores da amizade na escrita epistolar de Antita Malfatti, Oneyda Alvarenga, Henriqueta Lisboa e Mário de Andrade*. 2004. 303f. Tese (Doutorado em História). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.
- LAJOLO, Marisa. Infância de papel e tinta. In: FREITAS, Marcos. *História social da infância no Brasil*. 9 ed. São Paulo: Cortez, 2016.
- MENNA, Lígia Regina. *A literatura infantil além do livro: as contribuições do jornal português O senhor doutor e da revista brasileira O Tico-Tico*. 2012. Tese (Doutorado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Comparados de Literatura de Língua Portuguesa, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.
- MORAES, André Carlos. *Leitores multiplataforma: o livro em um contexto de múltiplos suportes, a partir da prática de estudantes universitários*. 2017. 290f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.
- RUDIGER, Francisco. *Tendências do jornalismo*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- VAMOS Ler! *Correio do Povo*, Correio Infantil, Porto Alegre, 13 jan. de 1963, p. 36.

VERGUEIRO, Waldomiro; SANTOS, Roberto Elísio. A postura educativa de *O Tico-Tico*: uma análise da primeira revista brasileira de histórias em quadrinhos. *Comunicação & educação* v.XIII, n. 2, p. 23-34, maio-ago, 2008.

ZILBERMAN, Regina; LAJOLO, Marisa. *Um Brasil para crianças*. Para conhecer a literatura infantil: histórias, autores e textos. São Paulo: Global, 1986.

ZILBERMAN, Regina. *Fim do livro, fim dos leitores?* São Paulo: Editora SENAC, 2001.

II Materialidades e produção de sentidos

CAPÍTULO 5

Mapeando sentidos: texto, materialidade e leitura

MÁRCIO SOUZA GONÇALVES

RAFAEL DE OLIVEIRA BARBOSA

RENATA PRADO ALVES SILVA

Introdução

Serão tratadas a seguir três questões principais: a questão da materialidade dos objetos comunicacionais e sua importância, a questão da relação dos objetos textuais com outros tipos de tecnologias e com redes de sociabilidade e a questão do sentido. Essas três questões, distintas, mas fortemente relacionadas, serão articuladas entre si ao longo do artigo.

A materialidade dos textos importa?

Em uma pesquisa por nós realizada¹ que visava comparar diversas edições de um mesmo texto, desde o manuscrito até o digital, tivemos a oportunidade de desenvolver um protocolo de análise da conformação material dos objetos de apresentação de escrita. Tal protocolo pretendeu

1. “Meios de Comunicação e Construção do Sentido”, desenvolvida por Márcio Souza Gonçalves, com Bolsa Prociência UERJ/FAPERJ, com a colaboração dos participantes do grupo “Livros e Cultura Letrada”. Os artigos constantes no Lattes desse pesquisador contêm os resultados da investigação.

dar conta dos diversos aspectos envolvidos nos objetos que nos oferecem textos para leitura e compreendeu sessenta e cinco itens de avaliação, tendo sido aplicado na análise e comparação de obras manuscritas, impressas e digitais variadas (Bíblias, textos filosóficos, romances, livros históricos, etc).

Dessa pesquisa, interessa-nos aqui um aspecto do protocolo de análise dos objetos, o próprio número das categorias, sessenta e cinco, agrupadas nas grandes categorias: Identificação, Conteúdo, Suporte, Diagramação, Escrita, Ornamentação e imagens, Navegação e orientação, Paratextos, Dispositivos extra, História, Circulação e Observações. Tal número aponta para uma primeira conclusão relevante: a conformação material daquilo que podemos chamar de livro, levando em conta as mudanças históricas, é em si mesma bastante complexa, rica, existindo um enorme espaço para variação e heterogeneidade. Apesar de ser possível falar, historicamente, de três formatos que poderiam ser chamados de hegemônicos – o rolo, o códice e os aparelhos digitais –, as diferenças tanto entre elementos de um dos três tipos em relação aos dois outros quanto as diferenças entre objetos de um mesmo tipo podem ser tão grandes que justificam um interesse pelo eventual papel que possam ter na produção de sentido, na leitura e nos usos.

Tivemos a oportunidade, durante a pesquisa, de estabelecer que a conformação material dos objetos textuais tem imensas consequências para o uso concreto dos textos, o que, indiretamente, afeta os modos de leitura, apropriação e produção de sentido. Foram notados, inicialmente, como especialmente afetados, o acesso, a navegação e orientação dentro do texto, a percepção da quantidade de texto lido e da quantidade de texto ainda por ler, a possibilidade de colação e leitura simultânea de textos diferentes e a tomada de notas de leitura.

As dificuldades de navegação são flagrantes se se compara o “folhear” de um rolo, que envolve o enrolar o texto com uma mão e desenrolar com a outra, com o de um códice, que é feito facilmente e de modo rápido com a ponta dos dedos. Os dispositivos digitais, por seu turno, tornam opaca ou menos transparente para o usuário a quantidade de texto já lida e a ainda por ler e, portanto, a localização dentro do corpo da obra. Tal fato, para vários leitores, representa um incômodo, quando se compara o digital com o códice impresso, no qual, facilmente, pode-se ter uma percepção geral

da quantidade que já foi lida e da que resta por ler. A leitura simultânea e a colação de textos, por seu turno, são menos confortáveis em um rolo do que em um códice, e menos ainda em um dispositivo digital, onde para passar de uma obra a outra o usuário deve abandonar a primeira e abrir a segunda, sendo impossível ter dois textos simultaneamente abertos. Além disso, o impresso ganha no quesito anotações.

Pensando nas relações afetivas dos leitores com os livros, nas suas preferências e gostos, no seu amor, ou não, por seus livros, notou-se, especialmente em entrevistas realizadas durante a pesquisa, uma forte importância do impresso em detrimento do digital quando se tratava de obras às quais os leitores atribuíam algum valor além do simplesmente utilitário ou de trabalho, seja porque adoravam os autores, seja porque pretendiam fazer algum tipo de coleção ou biblioteca pessoal. Os suportes, assim, não eram de modo algum indiferentes.

Por outro lado, no mesmo sentido de valorização da importância da materialidade, é bastante conhecida a equação que une escrita contínua e leitura oralizada: os textos antigos, sem separação de palavras, seriam lidos em voz alta; a separação das palavras teria sido um elemento essencial no desenvolvimento e consolidação da leitura silenciosa. Problematicaremos essa equação adiante. Por agora, sua simples existência nos basta para a argumentação.

A partir desses diversos pontos, parece bastante razoável supor que a materialidade dos textos deva ser levada em conta para a compreensão dos processos de comunicação e de transmissão de sentido envolvendo a escrita. O problema é como considerar essa materialidade.

A materialidade em uma filosofia da presença

Uma forma corrente de se refletir acerca da questão da materialidade dos meios é a que remete ao nome de Hans Ulrich Gumbrecht. Este autor, esquematicamente, propõe uma leitura da tradição filosófica ocidental qualificando-a como hermenêutica, apenas interessada no sentido, este aparentemente entendido como encadeamento lógico de proposições, sendo esta tradição incapaz de pensar qualquer coisa que escape da linearidade cartesiana de uma razão transparente a si própria:

Que qualquer forma de comunicação implica uma tal produção de presença, que qualquer forma de comunicação, através de seus elementos materiais, “tocará” os corpos das pessoas que estão se comunicando de modos variados e específicos deve ser uma observação relativamente trivial – mas é verdade, contudo, que esse fato foi posto entre parênteses (se não – progressivamente – esquecido) pelo edifício teórico do Ocidente desde que o cogito cartesiano fez a ontologia da existência humana depender exclusivamente dos movimentos da alma humana. Por outro lado, e de um ponto de vista epistemológico, isso também significou que qualquer posição teórica ou filosófica que fosse crítica da dispensa cartesiana do corpo humano como *res extensa* e, com isso, crítica da eliminação do espaço, pode se tornar fonte potencial para o desenvolvimento da reflexão sobre a presença. (GUMBRECHT, 2004, p. 17-18, tradução nossa).

Toda a tensão que sempre atravessou o pensamento dos grandes filósofos – veja-se, por exemplo, o modo como o corpo importa para Spinoza (1949) – é escamoteada para que tudo se reduza a uma hermenêutica dominante (aliás, também entendida de modo bastante rudimentar) incapaz de pensar fora de uma racionalidade cartesiana estrita (o que quer que isso signifique).

Essa suposta filosofia hermenêutica, esse modo de pensar hermenêutico, segundo Gumbrecht (2004), descuidaria por natureza da materialidade, sendo basicamente um pensar sem corpo. Assim, a questão da materialidade teria sido excluída do pensamento. Gumbrecht (2004) e sua filosofia da Presença e da Substância entrariam em cena então para resgatar a materialidade perdida. Tem-se assim uma filosofia não-hermenêutica, cuja tarefa histórica seria pensar a materialidade contra a limitação não material do pensamento hermenêutico, das humanidades (supostamente em crise no diagnóstico deste autor), da filosofia ocidental, etc. No limite, o autor propõe mesmo uma forma de tipologia de culturas, culturas hermenêuticas *versus* culturas não-hermenêuticas, supondo que tais etiquetas ou designações amplas e gerais podem dar conta da miríade de especificidades envolvidas em todos os grupos humanos, especificidades que remetem para elementos tanto corporais como incorporais (GUMBRECHT, 2004).

Além do problema de essa visão da tradição ocidental ser bastante inexata e injusta, e de não conseguir dar conta de modo minimamente adequado do que se passou em toda a longa história de pensamento que é o nosso, o modo como se tenta dar conta da materialidade dentro da perspectiva gumbrechtiana é bastante vago. Não se encontra, propriamente falando, uma maneira articulável de tratar da materialidade, mas antes uma espécie de divagação estética acerca de experiências mais ou menos singulares e inefáveis, próximas de uma experiência mística, envolvendo coisas que supostamente não são da ordem do sentido entendido como o que pode ser dito claramente (de modo claro e distinto, retomando Descartes (2009), poderíamos acrescentar, o que está longe de esgotar o universo do sentido). A teoria se reduz assim a uma forma de ontologia dessas experiências sem que se avance muito na compreensão do que nelas se passa e do papel da materialidade, sem que se desenhe um método utilizável de pesquisa.

Conceitualmente, Gumbrecht (2004) parece confundir sentido e significação (distinção à qual retornaremos adiante) e desse modo se afigura bastante incapaz de compreender os modos de reflexão sobre o sentido e sua presença na história humana. Essa confusão o leva a amarrar sentido e universo cartesiano.

Além disso, este autor ignora vários campos de conhecimento dentro do que ele chama de humanidades que, cada um a seu modo, e de maneira precisa, abordaram o problema da materialidade (Bibliografia, História do Livro, Sociologia dos textos, História da Leitura, etc).

Tentando articular modos alternativos de abordar o papel da materialidade dos textos no processo comunicativo, vamos tomar um caso extremo de conformação material de livros, que por seu caráter limite é revelador de traços mais delicados: o caso dos audiolivros.

Os audiolivros, a materialidade e a linearidade

Os audiolivros são um campo interessante para a reflexão em torno da materialidade dos objetos comunicacionais². Obviamente, as diferenças

2. O que se segue remete para as pesquisas de Mestrado (2014) e Doutorado (2018) de Rafael Barbosa sob a orientação de Márcio Souza Gonçalves. Os artigos mencionados em seu Lattes apresentam os resultados dessas investigações.

entre os suportes manuscrito, impresso e digital, de um lado, e os audiolivros, de outro, são imensas. Essas diferenças redundam em um papel maior para o olho na leitura de obras do primeiro grupo e em uma predominância do ouvido para os formatos em áudio. Isso não implica em uma anulação do olho ou do ouvido em um caso ou no outro, na medida em que ler em papel, por exemplo, ainda põe em cena o ouvido, dado que a sonoridade se apresenta mediada pelo escrito. As relações entre olho e ouvido podem ser bem mais complexas do que a de simples oposição.

O aprofundamento da questão da materialidade do audiolivro em nossos estudos – materialidade muitas vezes esquecida por sua invisibilidade e pelo caráter evanescente dos sons – evidencia justamente a precariedade conceitual de uma oposição muito marcada entre olho e ouvido. Além disso, as hibridizações entre os formatos textuais, em sua produção e em seu uso, esbatem em muitos casos os contornos claros e definitivos. Como nos foi informado por diversos audiolitores, não são incomuns, muito pelo contrário, a leitura simultânea de livro e audiolivro ou a leitura de uma mesma obra nos dois suportes alternadamente, fatos que apontam para a necessidade de considerar esses suportes mais em complementaridade e coexistência do que em uma oposição exclusiva: as interdependências entre livros e audiolivros, e entre olho e ouvido, impedem generalizações dicotômicas simplórias, configurando antes relações complexas e contingentes irreduzíveis a uma relação opositiva dual.

Ademais, o audiolivro não é simplesmente uma versão em áudio do texto escrito, sendo catalisador de outras experiências de produção de sentido. Pesquisadores do audiolivro, Have e Pedersen (2015) direcionam seu recente trabalho para as condições materiais da experiência audiolivresca dos pontos de vista estético, sociológico e tecnológico. A partir de uma perspectiva materialista, dialogando com autores da chamada Teoria de Mídia e com o já citado H. U. Gumbrecht, Have e Pedersen destacam, por exemplo, a voz como produtora de afetos, sendo portanto um elemento material. Elencam o ritmo, timbre, entonação e silêncio como modulações possíveis de serem exploradas pelo(s) narrador(es)/ator(es) e que terminam por condicionar, junto a outros fatores, a situação de audiolitura e a criação da chamada “ambiência”. Ao permitirem uma escuta de audiolivros em movimento, como durante uma corrida ou no carro, em ambientes públicos, os *gadgets* também influem na experiência

estética na medida em que, dizem os autores, geram novas situações de leitura que mexem na relação do audileitor com o tempo e o espaço. Assim, os pesquisadores colocam em questão de que modo os audiolivros, especificamente os reproduzíveis em dispositivos digitais atuais, e o ambiente físico da leitura se afetam.

Contudo, ao mesmo tempo que também compreendemos a relevância de abordar a materialidade do texto em áudio e tomar seus elementos diversos como produtores de afetos, tentamos uma abordagem dessa produção de sentido para além dessa filosofia da presença.

Ao pensar a diversidade de suportes utilizados na reprodução de audiolivros (cd players, tablets, smartphones, e-readers), observamos a influência das transformações dos dispositivos materiais (transformações nos dispositivos de armazenamento, processamento e reprodução) na circulação e nos usos concretos empreendidos por leitores. Dos registros fonográficos nos primeiros cilindros e dos talking books gravados nos primeiros vinis até os audiolivros digitais, em formato mp3 – para download ou em CDs – ou disponíveis por aplicativos, notamos o incremento da produção de audiolivros e a potencialização das práticas de audileitores. Destarte, o que colocamos em questão são as formas materiais que a obra sonora pode adquirir e as possibilidades de ação com/no/a partir do texto sonoro. Dito de outro modo, se múltiplas são as formas materiais e múltiplas são as leituras, também a audileitura tem potencialmente múltiplos sentidos.

Quando em nossa abordagem dos audiolivros recorremos à ideia da legibilidade, usada para conceituar a eficácia comunicativa de um texto (ARAÚJO, 2008) em razão de sua organização física e de sua edição, desejamos destacar fundamentalmente a **expressividade material do objeto textual** (isto é, sua forma pensada pelos editores visando um público ou um tipo de discurso) sem esquecer a **relação cognitiva** que pode ser instaurada entre leitor e texto – abarcando os atos físicos e intelectuais produzidos na leitura, sob circunstâncias específicas. Essa dupla articulação permite-nos escapar do simplismo da separação pura dos formatos textuais e da pressuposição de que cada suporte determina processos de leitura por si só. Como citamos, a leitura conjunta de livros e audiolivros nos coloca diante de uma situação comunicativa irredutível a determinismos, além de nos levar a repensar, como já tem sido feito, as próprias noções de leitura e texto.

Uma visão nuançada e não opositiva das relações das diferentes materialidades textuais encontra-se fortemente presente em pesquisas a respeito da história do livro, como a realizada com livros impressos e manuscritos do século XV ao XIX por David McKitterick (2003). Evidencia o autor que os textos são diretamente marcados pela instabilidade, pela variabilidade. McKitterick (2003) revela a mistura entre modos de produção de manuscritos e impressos nos séculos XV e XVI, em consequência, por exemplo, da inserção de folhas, ilustrações e decorações de um formato no outro, ou em função do trabalho de complementação ou correção dos textos por editores, autores e até mesmo compradores/leitores dos livros, tornando algumas vezes tais textos pouco distinguíveis quanto a sua identidade manuscrita ou impressa.

Misturas similares podem ser encontradas nos diversos tipos de literatura no século XVIII. Mas é no século XV e no início do século XVI que essa co-habitação é mais instrutiva, em um tempo em que cada um suplementava o outro - manuscritos suplementando impresso e impresso suplementando manuscrito. Nesse processo de mão dupla, não havia, e não há, razão para se considerar um superior ao outro, ou um como mais fora de moda. (MCKITTERICK, 2003, p. 52).

Ao desfazer a clássica relação direta entre manuscrito e instabilidade, por um lado, e impresso e fixidez, por outro, McKitterick (2003) demonstra como a alegada oposição entre os dois formatos muitas vezes é efetuada, dentro dos próprios estudos, por erros e omissões de pesquisadores. Em seu trabalho, este autor identifica um processo de separação na produção entre essas formas textuais, mas tal processo é contínuo e gradual, ocorrendo, primeiramente uma “hibridização” material em parte da produção escrita da época e uma lenta “refuncionalização” dos formatos ao longo do tempo.

Notamos grande afinidade entre tais investigações de McKitterick e as nossas próprias acerca dos audiolivros e dos audiolitores, na medida em que ambas atentam para as complicadas ações e relações envolvidas na existência material e concreta dos textos. O audiolivro não está apartado de nenhuma outra mídia, mas em relação com elas, e se transforma de acordo com o tempo e o lugar.

A Bibliografia e a História do Livro, apontando para uma ligação entre a estrutura material do texto, o sentido que se deseja produzir ou expressar e o que efetivamente se produz e o contexto histórico-social, indicam como as relações com o livro, o que forçosamente inclui os audiolivros, são (re)construídas de forma contínua: “[...] toda sociedade reescreve seu passado, todo leitor reescreve seu texto e, se eles tiverem uma vida contínua, em algum momento todo impressor os redesenha”, sustenta McKenzie (2004, p. 25) ao analisar, a partir do ensaio “The Intentional Fallacy” (1946), de W. K. Wimsatt Jr. e M. C. Beardsley, publicado na revista literária americana *The Swanee Review*, como o estilo Vitoriano de impressão dos textos do dramaturgo William Congreve não mais cabia em 1946, quando então a demanda era por textos claros, limpos e impessoais visando certos efeitos de sentido na leitura. Evidencia-se, assim, a historicidade das interações estéticas e cognitivas entre texto e leitor, dos regimes de leitura, das formas de produção editorial e das construções de sentido.

Considerando a importância da materialidade na investigação dos audiolivros, interessamo-nos assim por algo que temos chamado de *projeto acústico-editorial*: a estrutura ou organização material do texto sonoro que concretiza a existência da obra e a distribui no tempo. Afinal, é na estrutura textual (que é, como dissemos, também material) dessas obras, formada por vozes, efeitos sonoros, paratextos, pela natureza dos textos (integrais ou adaptados, exclusivos para o áudio), entre outros elementos, que as pessoas se engajam e, com elas, produzem sentido.

A importância da materialidade – como vimos, o tipo de suporte tem efeitos sobre o uso e a leitura (pense-se, por exemplo, na dificuldade de navegação, localização de trechos específicos ou realização de anotações nos audiolivros, fato ressaltado por vários leitores) – deve ser colocada lado a lado, paradoxalmente, com sua desimportância. Assim, concomitantemente, temos certa desimportância, se se considera que o papel dos leitores e de suas preferências idiossincráticas é grande em todos os processos de leitura e compreensão. A enorme variedade nas predileções dos leitores no que toca ao áudio (há os que preferem ler em áudio e em impresso simultaneamente, os que leem em áudio apenas por diversão, os que leem em áudio apenas por obrigação profissional, os que leem tanto uma coisa quanto outra, os que gostam de se concentrar no ato de ler, diferentemente dos que gostam de ler desempenhando outras atividades,

como correr na esteira da academia, etc) por si só já indica a inexistência de qualquer padrão de leitura intrinsecamente ligado a qualquer suporte que se queira: os livros em áudio (assim como os manuscritos, os impressos, os digitais) são consumidos nas mais variadas situações de leitura, com os mais variados fins, nos mais variados contextos e assim por diante. Ou seja, se a materialidade do suporte importa, o leitor em sua singularidade deve igualmente ser considerado.

No sentido de relativizar a hipervalorização do meio como determinante dos processos do ler, tentativa constante quando se reflete sobre o papel da materialidade na comunicação, é importante recordar que, historicamente, as audileituras são muito antigas, bem anteriores aos eletrônicos. Se iniciaram ao mesmo tempo que a própria escrita, quando esta era restrita ao pequeno grupo de escribas que deveriam tanto ler quanto escrever para os eventuais destinatários ou comanditários dos textos. Essas práticas de audileitura seguiram, ao longo de toda a Antiguidade, da Idade Média, da era Moderna e da Contemporânea sendo muito comuns senão mesmo, eventualmente, majoritárias. O caso do Brasil é especialmente significativo quanto a isso, pois nosso letramento convive com índices grandes de incapacidade para a leitura e a escrita autônomas e é, em razão disso, bastante comum o acesso indireto a textos, acesso mediado pela leitura oralizada feita por outrem: a situação extrema e bastante recente de grande parte dos escravos em nosso país é exemplar no que se refere a essas audileituras anteriores aos audiolivros elétricos e mostra que qualquer livro, manuscrito, impresso ou digital, é, em certo sentido, um audiolivro, pois permite leituras oralizadas que serão ouvidas por leitores iletrados e que ocupam, portanto, a posição de audileitores. Dizemos em certo sentido pois obviamente não são audiolivros no sentido exato da palavra, o que não impede, contudo, que permitam formas de audileitura.

A reflexão em torno da tensão entre escrita e oralidade, pano de fundo primeiro para a análise de audiolivros e de textos manuscritos, impressos e digitais conduziu nossa investigação a um tema importante e frequentemente tratado de modo excessivamente esquemático na literatura científica. Esse tema, que foi paulatinamente ganhando relevância, é o da linearidade ou não linearidade da leitura (e da escrita), e o tratamento especialmente dos audiolivros fez com que ganhasse contornos bastante

interessantes e mesmo paradoxais para certa parte da literatura (para o que segue ver GONÇALVES; BARBOSA, 2015).

É praticamente lugar comum a associação do surgimento da leitura e da escrita a um certo tipo de pensamento qualificado de linear, a uma racionalidade linear, que seria o traço distintivo do homem ocidental, herdeiro da tradição grega do filosofar. A escrita chega a ser apontada como causa do surgimento da filosofia (HAVELOCK, 1996a, 1996b). Correlativamente, o universo oral é visto como sendo de algum modo não linear, simultâneo, holista.

Este esquema geral bastante simplório e redutor permite que o digital, e, antes dele, o eletrônico, sejam vistos como uma espécie de liberação que nos retiraria do universo da linearidade, universo supostamente pobre para dar conta da riqueza do existente, recolocando-nos nos espaços intensivos da oralidade, mas dessa vez de uma oralidade eletrônica, digital: se retornamos para nossa aldeia oral, agora ela é global e interligada (MCLUHAN; MCLUHAN, 2007).

Ora, foi constatado que os audiolivros, sendo orais e contra o esquema simplório acima indicado, engendram, na maioria das vezes, uma leitura bastante linear e sequencial, estando, portanto, longe do não linear que deveria caracterizar a oralidade.

Na análise dos audiolivros, o universo da oralidade revela assim sua própria linearidade, o que não é de modo algum surpreendente se se considera que a fala é linear, ou seja, é uma sequência linear de sons desenrolada no tempo. Resulta dessa linha oralizada a dificuldade de editores em inscrever no formato sonoro textos auxiliares como notas de rodapé e tabelas, facilmente colocáveis na página impressa, que permite que se fuja da linearidade do texto em direção aos comentários em nota do autor, tradutor ou editor.

Por outro lado, os textos manuscritos, impressos ou digitais, dada sua conformação material, permitem uma navegação e um tipo de trabalho que merece bem o qualificativo de não linear, na medida em que podem ocorrer idas e vindas, cotejamentos simultâneos, entre outros, independentemente da sequencialidade do texto.

Tal desconstrução do esquema que liga oral, eletrônico e digital a não linear e manuscrito e impresso a linear deve ser levada em conta em nossa compreensão das ditas novas tecnologias digitais, sob pena de cairmos nos

mais grosseiros modos de determinismo tecnológico. O conjunto desses dados confirma uma intuição surgida na reflexão sobre os resultados das análises materiais dos suportes de apresentação de texto de que é preciso desconfiar de determinismos peremptórios e de que potencialmente qualquer prática pode ocorrer com qualquer suporte.

Nossas pesquisas apontaram para a necessidade de criticar fortemente a ideia segundo a qual o digital tornaria possível, contra os impressos, leituras não lineares. Na realidade, o meio é relativamente indiferente no que toca a isso, a discussão devendo ser nuançada. Assim, um tipo de suporte, o rolo manuscrito, se liga mais a uma leitura linear e sequencial; os códices permitem indiferentemente tanto linearidade quanto não linearidade; os livros eletrônicos idem; os audiolivros favorecem certa linearidade. Deve-se levar em conta, contudo, que no limite podem ser encontradas leituras não lineares e lineares em todos os meios analisados, manuscritos, impressos, ebooks, audiolivros. Mais do que isso, a pesquisa indicou que o próprio uso dos termos linearidade e não linearidade (e seus correlatos, linear e não linear) deve ser evitado na medida em que não são termos que recubram de modo unívoco processos detectáveis claramente. São palavras que produzem uma certa aparência de clareza, mas que, no fundo, mais obscurecem a compreensão dos processos de leitura e mesmo de escrita (GONÇALVES; BARBOSA, 2015, *passim*).

Essa necessidade de considerar de modo qualificado e sem exageros a importância da materialidade, relacionando-a com uma certa desimportância e ao fato de que a materialidade se conjuga com outros fatores, pode ser bem percebida quando se aborda a questão da escrita contínua (conformação material da escrita) e sua relação com a leitura, tema ao qual apenas aludimos acima e onde o peso da materialidade sempre foi claramente considerado muito forte.

Indica-se hoje (McCUTCHEON, 2015, *passim*), na contramão do que se pensava anteriormente em um viés marcadamente materialista, a necessidade da reconsideração da relação classicamente estabelecida entre tipo de escrita e modo de leitura, que dava à materialidade um papel absolutamente determinante. Sempre foi ponto mais ou menos canônico dos estudos da leitura a tese de que a escrita sem separação de palavras ensinava uma leitura oralizada.

O problema está no fato de que tal ponto se baseia em um conjunto de

evidências históricas, sobretudo textuais, que representa apenas uma parte do conjunto total de evidências que deveria ser considerado. Ou seja, se por um lado, em diversos textos literários antigos, a leitura é apresentada como feita em voz alta, o que confirma o ponto canônico mencionado, em diversos outros podem ser encontrados casos de leitura silenciosa. O motivo que levou o campo da História do Livro e da Leitura a privilegiar parte das evidências silenciando um conjunto igualmente relevante de dados em sentido contrário só pode ser indicado com certa especulação. Possivelmente isso foi feito para permitir que fosse produzido um esquema mais simples de compreensão da história da leitura (a leitura silenciosa sucede as leituras oralizadas), ao mesmo tempo em que tornava possível a atribuição de uma importância grande ao objeto tecnológico (o tipo de escrita determina o tipo de leitura), o que, de certo modo, legitimava o campo da História do Livro como fundamental (já que, repetimos, o tipo de livro, com escrita contínua ou não, determinaria o tipo de leitura). Curiosamente o campo dos estudos literários, mais especialmente o dos estudos clássicos, não caiu na mesma armadilha ou preconceito epistemológico.

Essa crítica atual de um ponto de tal forma anteriormente aceito obriga a reconsiderar, sobre novos pressupostos, todo o universo da produção de sentido no ato da leitura, uma vez que a impossibilidade de manutenção da equação que iguala escrita contínua e leitura oralizada, aponta, mais fundamentalmente, para a necessidade de se relativizar a importância do objeto textual, mas sem que essa relativização implique em desaparecimento. O meio é assim, paradoxalmente, importante e desimportante.

Retenhamos essa ideia fundamental: a materialidade é, ao mesmo tempo, importante e desimportante.

Livros, redes sociais, booktube

O campo da sociabilidade vem se mostrando notadamente relevante para a compreensão da construção de sentido na leitura e nos usos dos textos, em especial no momento contemporâneo em que as redes sociais na internet modificam, ampliam ou ressignificam formas de relacionamento e trocas de informações entre leitores.

Mas é preciso considerar que antes e fora do digital as práticas sociais

são e sempre foram relevantes: a análise de alguns exemplares de Evangelhos em diferentes suportes (manuscrito, impresso, digital), que nos permitiu reconstituir, em certa medida³, as condições de seus usos por leitores específicos, mostrou claramente a necessidade de se levar em conta, ao lado da forma material do objeto, as práticas de sociabilidade, que eventualmente seus usos facilitavam ou complicavam. Assim, para tomar um exemplo: uma determinada edição bastante prática em termos de portabilidade era utilizada em situações de leitura religiosa coletiva, de modo que o sentido de sua leitura, ou a leitura dos seus sentidos, se articulava forçosamente sobre ler fervorosamente junto a outros crentes em situação social grupal.

O tema da sociabilidade põe em cena, hoje, a necessidade de levar em consideração o cruzamento do campo dos livros com o das mídias sociais, o que conduz a uma reflexão em torno dos canais do *YouTube* dedicados à discussão do universo dos livros, o *booktube*, tema ao qual se dedica um dos autores do presente texto⁴.

Numa época de declínio do literário, muitas pessoas usam a internet para falar de suas experiências com os livros. Em espaços de sociabilidade online, como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *YouTube*, podem ser encontradas diversas informações sobre o tema. A natureza destas informações é diversa. Autores, editoras, sites de venda e, no geral, todos os integrantes do circuito de comunicação do livro contemporâneo de alguma forma participam desses processos de compartilhamento de conteúdo.

Se na História do Livro e na Sociologia dos Textos ressalta-se a pesquisa baseada em registros materiais – através de manuscritos, de glosas em livros, ou mesmo de relatos de leitores sobre suas práticas de leitura e sociabilidade –, a disponibilidade de informações sobre livros e leitura na internet, e especialmente no *booktube*, constitui um gigantesco repositório de informações que muito pode revelar sobre o lugar do livro em nosso tempo.

Desse modo, reforça-se a importância de se investigar, nesse universo, a produção de conteúdo criado por leitores e seu duplo potencial: por um

3. No âmbito da pesquisa “Meios de Comunicação e Construção do Sentido”, citada na nota 1.

4. Pesquisa de Doutorado de Renata Prado Alves Silva, PPGCOM/UERJ, em andamento.

lado, influencia de formas imprevisíveis a produção de sentidos na leitura; por outro, se apresenta como registro de práticas de leitura contemporâneas nas quais a materialidade do livro, seja ele impresso, digital ou sonoro, se faz presente.

Nas mídias sociais a materialidade do livro é evocada, por exemplo, nas belas imagens publicadas no *Instagram*, mais especificamente na comunidade *Bookstagram* (2018). Também em sites de catalogação social da leitura, como o *Goodreads* (2018), em que leitores relatam suas opiniões sobre livros e também registram suas rotinas de leitura (SILVA, 2015). Essa plataforma torna possível que o leitor marque os livros que deseja ler, os que leu e os que está lendo. Nota-se que a plataforma permite que, para cada texto, seja escolhida a edição exata e o formato: impresso, digital ou audiolivro. Durante os registros de leitura, pode-se marcar a progressão no texto, com indicação do número da página em que se está. Este registro é vinculado à página e a algum comentário que se faça sobre ela. Ao final, se tem um diário de leitura que oferece um recorte das percepções do leitor ou, em outras palavras, dos sentidos da obra para aquele leitor em seu contexto e sob influência de infindáveis fatores. No entanto, não é possível marcar leituras de trechos avulsos, fora de sequência. Se para os livros impressos a marcação da progressão se dá através da numeração de páginas, ao ler um livro digital ou em áudio, o registro de etapas de leitura é feito com a inserção de percentuais. O *Goodreads* organiza o registro informado por cada leitor em uma linha do tempo compartilhada, e dessa forma os participantes deste site de catalogação podem acompanhar as rotinas de leitura de seus contatos, ou até mesmo organizar grupos de leitura.

De maneira geral, entende-se que essa prática de falar sobre livros na web nasceu junto com a própria internet. Blogs literários não são novidade. Os espaços para avaliações e comentários nos próprios sites de venda auxiliam e influenciam os interessados em livros. Os sites de redes sociais possuem páginas dedicadas a esse tipo de informação. Os eventos literários contam com a participação de leitores que se tornaram influentes ao falarem sobre livros na internet e ganharam uma legião de fãs. Em diferentes plataformas, leitores compartilham os livros que estão lendo, seguem seus autores preferidos, montam suas estantes e trocam informações em grupos de discussão.

Não é de se estranhar que informações sobre livros e literatura estejam

presentes em plataformas primordialmente baseadas em texto, ou que ao menos tenham surgido baseadas em texto. Entretanto, os livros se fazem presentes também em plataformas que privilegiam outros formatos, como o *YouTube*. Nesta mídia social de conteúdos gerados por usuários, que é a maior e mais relevante em termos de compartilhamento de produção audiovisual em todo o mundo, é possível encontrar vídeos sobre todo tipo de assunto, inclusive sobre livros e literatura.

Percebemos, em nossas pesquisas⁵, que no *YouTube* leitores foram se encontrando e criando formas específicas de comunicarem suas experiências literárias. A comunidade, que hoje se autodenomina *booktube* (SILVA, 2016), compartilha uma série de padrões e semelhanças, mas em muitos sentidos é tão heterogênea e diversa quanto são os leitores e seus gostos. Há desde crianças e adolescentes até escritores, editores e críticos especializados publicando vídeos. Mas o conteúdo amador é mais volumoso e, para o que nos interessa, consideramos que nele residem informações importantes sobre gostos, percepções e práticas de leitura no contemporâneo.

Em um momento em que se discute um possível ou eminente declínio do livro impresso, a forma como este objeto é descrito ou mostrado nestes canais literários reforça a necessidade de se investigar a importância, sempre a conjugando com a desimportância, da materialidade dos objetos comunicacionais. O que se destaca, até o momento atual da pesquisa, é que algum tipo de presença do livro sobre o qual o vídeo trata é, não apenas desejável, mas importante para a eficácia da comunicação. Apresenta-se então o objeto livro em sua forma impressa ou mesmo o dispositivo eletrônico no qual é feita a leitura, ainda que, a princípio, este não pareça ser o formato preferido dos leitores que participam desta comunidade no *YouTube*.

Os *booktubers*, como são conhecidos, publicam vídeos sobre os livros que adquiriram, sobre os que leram, sobre os que gostaram, sobre os que querem ler, sobre suas estantes e os livros que possuem, ou até mesmo sobre os livros emprestados de bibliotecas. Há canais de *booktube* em diversas línguas, com conteúdos de diversas partes do mundo, mas a forma de falar sobre livros é muito semelhante, assim como as formas de representar os objetos textuais.

5. Pesquisa de Doutorado de Renata Prado Alves Silva, PPGCOM/UERJ, em andamento, citada acima.

O que salta aos olhos é a valorização da materialidade dos textos nos vídeos estudados. Não apenas para os leitores que gravam os vídeos ou para os que apenas os assistem, mas também para o processo comunicativo que está em jogo. Ou seja, para as formas através das quais os livros são apresentados no *YouTube*, expectativas geradas em relação aos modos de fazer estes conteúdos e a todo um vernáculo que foi se estabelecendo do aparecimento dos primeiros vídeos da comunidade até hoje.

Notou-se na comunidade *booktube* – um nicho dentro de uma grande plataforma de distribuição de conteúdo na qual se destacam importantes questões relacionadas ao consumo – a relevância de objetos textuais em formato impresso em um novo contexto de práticas de leitura e sociabilidade que, em certo sentido, ultrapassam limitações de espaço e de tempo, possibilitando que pessoas, em diferentes locais e momentos, influenciem umas às outras em suas dinâmicas de produção de sentidos da leitura, consumo e coleção de livros.

Entram em jogo, nesta dinâmica, diferentes usos e apropriações que dialogam com a conformação material dos objetos através do ato de mostrar livros, de falar de livros, ou mesmo de efetivamente ler trechos de livros nestes vídeos. Neste contexto, devem ser consideradas as características de uma cultura oral, com indivíduos se apropriando dos conteúdos dos livros e transmitindo suas impressões e interpretações oralmente, assim como as de uma cultura visual, presente nos elementos estéticos dos próprios vídeos e, principalmente, na presença dos livros impressos, ou de alguma referência visual a eles.

Na análise da produção de sentidos na leitura através dos vídeos publicados por estes canais, deve-se destacar a compreensão de que cada leitor, ao falar sobre um livro, engendra para este um diferente sentido, que passa a constituir a trajetória cultural e social não apenas do texto, mas também de sua materialidade, sentido este que está sempre em função de um contexto, e de fatores que serão abordados a seguir.

O sentido, finalmente

O problema do sentido de uma obra, da definição do que seja o sentido de um texto, é central, e deve, necessariamente, merecer atenção.

Indicamos a necessidade de, em primeiro lugar, desreificar o sentido,

deixando de tomá-lo como algo que uma obra textual teria: fica assim totalmente impossível sustentar que um texto teria *um* sentido, falar *no* sentido de uma obra que estaria localizado em um texto ideal e verdadeiro, isento de erros editoriais ou outros.

Não estando no texto, o sentido não poderia estar também no sujeito leitor tomado em si, em uma forma de idealismo (como na filosofia do idealismo alemão) quase solipsista e onipotente, em uma espécie de apoteose do leitor, o que leva a uma crítica correlata da ideia da morte do autor.

Não estando no sujeito nem no texto, sobra, em último lugar, o objeto material que apresenta o texto. Localizar o sentido como estando no objeto material é, como se disse acima, uma das grandes tentações em que se cai quando se investiga a materialidade da comunicação. Tomar o meio (objeto livro) como sendo a mensagem (o sentido) é, contudo, cair em um determinismo tecnológico simplório que desconsidera o fato de que os sentidos produzidos variam grandemente em função dos leitores e dos contextos, em suma, em função de uma série de fatores contingentes.

É, antes, numa relação de encontro entre texto, objeto livro e leitor, em situações de leitura contingentes, que se pode localizar o sentido, que, não sendo uma coisa (a desreificação mencionada acima), passa a ser um acontecimento, um processo. Acrescente-se a isso, ainda, o autor e o editor como elementos importantes no processo de produção do texto e do objeto material livro.

Percebemos então que, em termos de uma teoria do sentido tal como o pensamos, afiguram-se como fundamentais as considerações filosóficas de Gilles Deleuze (1974) em seu *Lógica do Sentido*, na medida em que apontam para a relação essencial entre sentido e abertura de sentido (o sentido remete para o nonsense), na medida em que não cabe falar em um sentido último, definido, fechado, mas sempre de processos de fuga constante. Por outro lado, importa também a distinção lá estabelecida, que infelizmente não temos espaço para desenvolver aqui, entre sentido, significação, expressão e designação, distinção-chave para quebrar certas visões redutoras de sentido tal como a de Gumbrecht.

Além disso, deve-se ter em mente que o sentido que um texto adquire pode ter mais a ver com seu uso do que propriamente com as palavras que o constituem. Pensemos, por exemplo, no caso do livro de Kells (s/d),

manuscrito irlandês medieval por nós analisado (digitalizado, como foi o caso de todos os manuscritos tratados, considerando a impossibilidade de acesso direto aos exemplares). Dada a conformação material do livro, dado seu estado de certa incompletude, dadas as dificuldades de uma leitura direta para estudo, dada a riqueza material do objeto, conclui-se que o livro de Kells era um livro destinado sobretudo a um uso litúrgico espetacular, e pode-se dizer que produzia sentido mesmo sem ser lido, na medida em que presentificava, emocionalmente, a força de deus. Seu sentido, assim, transcende em muito o sentido restrito das palavras que guardava. Apresentava, para o leitor direto ou para os que o viam no altar, ao mesmo tempo a grandeza do deus que o inspirou, o deus cristão, e da própria igreja que o possuía, efeito essencialmente emocional e afetivo que dependia de seu formato e luxo material. Retire-se do livro de Kells sua materialidade, apresentem-se apenas os textos que continha e todo o seu sentido se perde.

O sentido pode, contingencialmente, assim, transcender o texto e envolver o aspecto puramente físico do objeto, incorporando uma dimensão simbólica extratextual. Obviamente que isso é diferente de sustentar que o sentido é a materialidade, que a mensagem é o meio, na medida em que esse poder transcender é, como o verbo poder indica, uma possibilidade, e que a efetivação dessa possibilidade envolve outros aspectos além da pura materialidade (contexto, leitor, etc).

A reflexão sobre o sentido deve envolver todos esses fatores e sempre considerar que o sentido é variável, contingente, historicamente flutuante, idiossincraticamente flutuante, dependente e correlativo dos usos que dos textos são feitos.

Já indicamos alhures (GONÇALVES; MONTEIRO; ROCHA, 2013) a importância da consideração da causalidade específica no tratamento do sentido que uma obra recebe: quais são os fatores que, no caso em questão, operam com mais força e de que modo, como no exemplo do livro de Kells, onde a riqueza material no contexto medieval de baixo letramento é essencial para a produção de seu sentido espetacular. Se os sentidos, assim, vão depender das situações específicas para sua constituição, cabe perguntar se haveria um sentido mais importante do que os outros, um sentido primeiro.

Conceitualmente, não há pertinência em se falar de um sentido

primeiro, primordial, hegemônico, correto ou verdadeiro, em última instância, que se sobreporia a todos os outros que a obra ganhou ocasionalmente em sua existência social. É possível, claro, determinar em certa medida um sentido autoral, um sentido pretendido, de algum modo, pelo escritor, ainda que essa determinação seja problemática se pensarmos que o próprio escritor tem consigo mesmo uma relação de certa opacidade (o que Freud (1974) chamou de Inconsciente). É possível, claro, tomar a materialidade do texto e pensar sua influência (os usos litúrgicos do livro de Kells são parte do sentido do livro de Kells). É possível, claro, do mesmo modo, tomar o estado da crítica literária em um determinado momento e situar aí o que seria o sentido acadêmico (momentâneo) do texto. Essa lista poderia prosseguir ainda por alguns tópicos, mas fica evidente, desde o início, que privilegiar qualquer um desses sentidos apresentados ou apresentáveis como sendo o verdadeiro é excessivo e incorreto. Assim, a rigor, a pergunta pelo sentido verdadeiro de um texto deve receber uma resposta negativa, a que sustenta que não há o sentido verdadeiro.

Não poder falar em um sentido verdadeiro implica em que não se possa falar no sentido de uma obra? Não, é perfeitamente legítimo falar do sentido de uma obra desde que se qualifique a discussão, localizando o contexto em que aquele sentido vigora: o contexto autoral, da crítica literária, etc. É relativamente a um determinado contexto, é localizado, que um sentido existe, se constitui. Que um sentido, com o perdão do trocadilho, ganha sentido.

A trajetória cultural e social de uma obra qualquer, assim, sua “biografia” de sentidos, é composta pelos diversos sentidos que ganhou ao longo do tempo e do espaço, é um conjunto de sentidos, eventualmente bastante diferentes e mesmo contraditórios, historicamente produzidos.

Com vistas a marcar essa necessidade de abandono da ideia de um sentido, verdadeiro ou original, autoral ou outro, consideramos que o conceito de “situação” ou de “mundo” pode vir em nosso auxílio. Importamos esses dois conceitos, análogos, da filosofia de Alain Badiou (1988, 2006), localizada especialmente em suas duas obras seminais, *O ser e o evento* (1988) e *Logiques des Mondes* (2006), “situação” ocupando no primeiro, grosso modo, o lugar que “mundo” vai ocupar no segundo.

Sem desenvolver aqui toda a discussão filosófica pertinente, o que nos levaria para longe das questões referentes a nossa argumentação, o de que

se trata em nossa perspectiva é de sempre pensar o sentido localizado em uma situação ou mundo qualquer (lembrar que não há a situação que englobe todas as situações, do mesmo modo que não há o mundo que englobe todos os mundos), sendo portanto impossível falar do *sentido*, mas apenas do sentido em uma dada situação ou mundo. Assim, Moby Dick tem tal sentido em tal mundo (meu mundo de leitor ávido), outro sentido em outro (uma discussão de críticos literários americanos em uma dada universidade), outro sentido na troca entre um pai e um filho na leitura que precede o sono e assim por diante.

Uma inevitável reflexão se coloca então. Se, por um lado, pode haver certa incomensurabilidade (tomando essa ideia como a concebe Feyerabend (2007) no seu *Contra o método*) entre os diversos sentidos mundanos de um texto, por outro, no limite, pode-se imaginar que de algum modo algum tipo de ligação se faça. Se não por nada, pelo menos pela presença anterior de outros sentidos na história, sem que, contudo, uma totalização seja possível (repetimos, não há o mundo total, mundos são por definição parciais). Algumas indicações de Viveiros de Castro (2015) em seu *Metafísicas canibais* (p. 86 e seguintes) sobre o trabalho de tradução entre culturas diferentes podem servir de guia para pesquisas futuras sobre esse ponto.

Assim, tomando de empréstimo, de modo livre, ideias de Badiou (1988, 2006), de Feyerabend (2007) e de Viveiros de Castro (2015), sustentamos que, em suma, sentido é sempre sentido em um mundo ou em uma situação, não havendo sentido abstrato fora desses campos. Mas, paradoxalmente, de algum modo, esses sentidos em seus mundos podem se cruzar, constituindo a “vida” ou “biografia” de um texto.

A questão do sentido conduz, necessariamente, à da produção de sentido. Acreditamos que esta não pode ser compreendida através de um esquema causal simples ou unidimensional, mas apenas quando se pensa com um mapa complexo em que um conjunto heterogêneo de fatores se agencia de modos sempre localizados (situacionais ou mundanos, para retomar os termos indicados acima) e contingentes. São vários os fatores que já foram tomados em conta na criação de um esquema unidimensional para compreensão da produção de sentido: a materialidade dos objetos (*o meio é a mensagem*), o texto (entendido como sequência de palavras produzida pelo autor), o autor (com a ideia do absoluto poder da

intenção autoral), o leitor (empoderado com a suposta morte do autor).

Independente de qual seja o fator escolhido, e da maior ou menor elegância e poder de sedução da teoria que a partir dele se produza, quando se passa do esquema abstrato de explicação para a análise de casos concretos de leitura, nota-se claramente que um fator só não é capaz de dar conta da diversidade, variabilidade, heterogeneidade, contingência dos modos como os leitores leem e interpretam os textos lidos. Percebe-se, em suma, que é preciso levar em conta uma constelação de fatores (tudo que remete para a materialidade, para o texto, para o autor, para o leitor, para o contexto de leitura, etc) pois é a totalidade desses fatores em relação, obviamente com maior ou menor peso para tal ou tal fator em casos localizados, que produz, concretamente, em cada caso, sentido. A um esquema unidimensional, contrapor um esquema multifatorial.

A ideia de algo como um *mapa de sentido*, composto pelas diversas instâncias que mencionamos acima, talvez seja uma expressão adequada para falar desses diversos fatores em agenciamento. Um *mapa de sentido* tenta dar conta, em casos concretos, dos diversos fatores que se interligam de modo contingente para produzir sentido. Tal noção deveria permitir organizar a reflexão e propiciar o mapeamento dos modos como textos são lidos, de que fatores são mais ou menos importantes em cada caso, de que sentidos são produzidos. Algo como uma genealogia ou “biografia” de sentidos de uma obra. Esboçamos acima, em exemplos salpicados aqui e ali, Kells, Moby Dick, rudimentos de tais mapeamentos. Vejamos mais um exemplo.

The Isle of Pines; or, A late Discovery of a fourth Island in Terra Australis Incognita foi publicado por Banks e Harper em Londres no ano de 1668 (NEVILLE, 1668). O texto conta a saga de naufragos ingleses que teriam ficado perdidos em uma ilha deserta “e cujos descendentes foram achados muitas gerações mais tarde, em 1667, pela tripulação de um navio holandês” (MAHLBERG, 2012, p. 1).

Mahlberg (2012) reconstrói, em um mapeamento interessante, os diversos sentidos que essa sátira escrita por Henry Neville ganhou ao longo de sua existência e leitura por diferentes grupos humanos, o que dá uma boa percepção do que estamos entendendo por *mapa de sentido*. Este autor mapeia especialmente as ações ou “transformações” que o texto sofreu e suas incidências sobre seus sentidos:

[...] desse modo, o termo ‘transformação’ será aqui preferido pois não estamos lidando com leitores passivos, mas com tradutores, editores, *publishers* e livreiros que de modo mais ou menos consciente interferiram no texto e fizeram mudanças deliberadas no panfleto em função de suas necessidades e propósitos, de modo que o que sobrou no final, na maior parte das vezes, tinha pouca semelhança com o original que Neville licenciou em Londres. (MAHLBERG, 2012, p. 2).

Essas transformações foram de quatro tipos:

[...] traduções literais com alguns cortes e mudanças menores, mas sem introdução ou comentário adicional, deixando a história falar por si mesma, atendendo a sede popular por entretenimento. [...] O segundo tipo é uma redução do núcleo da estória aos seus ‘fatos’ básicos para publicação como notícia, focando no descobrimento da nova ilha e as oportunidades econômicas decorrentes. [...] O terceiro tipo de transformação destacava os aspectos morais, religiosos e políticos da estória, dependendo do que os tradutores e *publishers* consideravam mais importante. [...] Temos assim uma quarta abordagem [...]: um uso seletivo, criativo de elementos da estória de Neville em peças de ficção que começou imediatamente depois da publicação de *The Isle*, mas que continuou bem depois que o contexto da publicação original foi esquecido. (MAHLBERG, 2012, p. 15-16).

Obviamente tais transformações engendram uma proliferação de formas de se ler o panfleto de Neville. A impressionante lista de interpretações do texto pelos eruditos contemporâneos fala por si só dessa disseminação de sentidos:

Ele foi lido como uma narrativa de viagem, uma idealização bucólica, uma utopia sexual e uma sátira política sobre os costumes da corte na Restauração, uma crítica da inépcia da política exterior de Carlos II depois da derrota na recente guerra anglo-holandesa e um elogio ao vigor republicano holandês, um comentário sobre o colonialismo inglês ou sobre a poligamia, um trabalho republicano libertino, ou uma história das origens que jogava com interpretações alternativas da narrativa bíblica da Criação e uma especulação filosófica contemporânea sobre as origens e forma ideal de governo. (MAHLBERG, 2012, p. 4).

Vê-se, assim, que é impossível falar do sentido do texto, seu sentido nada mais sendo do que a coleção sempre incompleta e parcial dos diversos sentidos que tomou em sua trajetória:

Então a *Isle* de Neville foi ao longo do tempo transformada de boato literário politicamente subversivo em boa narração, relato de (*fake*) news ou um tema literário livremente empregado por jornalistas e escritores de ficção que nunca deixariam a verdade se meter no caminho de uma boa estória. (MAHLBERG, 2012, p. 16).

O trabalho de Mahlberg é aqui citado, assim, como uma forma inicial de mapa de sentido.

De todo modo deve-se evitar, como vimos, tanto quando se fala de sentido quanto quando se fala de produção de sentido, a tentação da reificação: a leitura é sempre localizada, sempre se faz em um mundo, em uma situação, e não é possível falar da leitura de um texto, qualquer que seja, fora desses contextos locais, contingentes, em que as leituras se dão; o que vale para a leitura vale para o sentido: não há o sentido de uma obra, mas sucessivos sentidos produzidos em contextos localizados, o que constitui a vida de sentido da obra. Metodologicamente, essa localização em casos específicos permite que a discussão ganhe contornos palpáveis e, de algum modo, faz com que fique sujeita ao debate e às formas de comprovação, o que a tira do simples domínio da opinião, que desde Platão assombra o campo do pensamento.

Considerações finais

Duas considerações finais encerram o presente texto. Uma primeira decorrência das discussões acima é que, do ponto de vista teórico, constata-se a necessidade de que o campo comunicacional dialogue com alguns outros campos que metodológica e conceitualmente pensam, de modo rico e operacional, a maneira como a conformação material dos meios afeta os sentidos. Mais especificamente, os campos da História do Livro, da História da Leitura e da Bibliografia podem ser indicados. Para citar um autor exemplar de cada um desses campos, podemos recorrer, respectivamente, a Darnton (1986), Chartier (1987) e McKenzie (2004), sabendo que cada um deles na verdade opera em todos os três campos e

que as fronteiras são mais do que fluídas.

Em segundo lugar, parece-nos que a ideia de um *mapa de sentido* pode ser interessante como ferramenta conceitual para dar conta, por um lado, da contingência do sentido e, por outro, de seu caráter não absoluto (não há o sentido), sobredeterminado e processual. Serviria, assim, como um interessante instrumento de pesquisa operacionalizando os sentidos diferentes que uma obra possa ter recebido ao longo de sua existência nas diversas comunidades em que foi lida, bem como o jogo de elementos heterogêneos que concorreu para tais sentidos, permitindo organizar, metodologicamente, as análises. *Mapa de sentido* permite, ainda, que se pense ao mesmo tempo a importância e a desimportância da materialidade, preocupação com a qual iniciamos nossa argumentação e que parece ser um dos pontos nodais da teorização contemporânea no campo da Comunicação. Seu interesse está precisamente em permitir que os diversos elementos que entram em cena para a construção de sentidos sejam tomados em conjunto em diversas situações diferentes, sem que a priori se decida sobre a importância de cada um deles. Trata-se de um esquema de compreensão aberto que procura acolher as contingências dos casos específicos de produção de sentido a partir de textos.

Referências

- ARAÚJO, Emanuel. *A construção do livro*. Editora: Lexikon Editora Digital, 2008.
- BADIOU, Alain. *L'être et l'événement*. Paris: Seuil, 1988.
- BADIOU, Alain. *Logiques des mondes – L'être et l'événement*, 2 Ed. Paris: Seuil, 2006.
- BARBOSA, Rafael de Oliveira. *Literatura para os ouvidos? Uma análise comunicacional de práticas de leitura com audiolivros*. 2014. 141f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.
- BOOKSTAGRAM. Disponível em: <<https://www.instagram.com/explore/tags/bookstagram/>>. Acesso em: 7 jul. 2018.
- CHARTIER, Roger. *Lectures et lecteurs dans la France d'Ancien Régime*. Paris: Seuil, 1987.
- DARNTON, Robert. *O Grande Massacre dos Gatos e outros episódios da histórica cultural francesa*. Rio de Janeiro: Graal, 1986.
- DELEUZE, Gilles. *Lógica do Sentido*. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- DESCARTES, René. *Discurso do Método*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- FEYERABEND, Paul. *Contra o método*. São Paulo: Editora UNESP, 2007.
- FREUD, Sigmund. *O inconsciente*. In: *Obras psicológicas completas*. Rio de Janeiro: Imago, 1974, v. XIV.
- GONÇALVES, Márcio Souza; BARBOSA, Rafael de O. *Comunicação, linearidade e não linearidade: costurando conceitos e práticas*. Revista *In Texto*, n. 34, set./dez., p. 694-712, 2015.
- GONÇALVES, Márcio Souza; MONTEIRO, Júlio Altieri; ROCHA, Renan Lúcio S. da. *A produção de sentido no consumo de textos e sua historicidade*. *Mídia e Cotidiano - Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano*, v. 1, n. 1, jan, p. 24-43, 2013.

- GOODREADS. *Goodreads*. Disponível em: <www.goodreads.com>. Acesso em: 7 jul. 2018.
- MAHLBERG, Gaby M. Authors Loosing Control – The European Transformations of Henry Neville’s *The Isle of Pines* (1668). In: GREENSPAN, Ezra; ROSE, Jonathan. (Eds.) *Book History* – Volume 15. Baltimore, Maryland: The Johns Hopkins University Press, 2012. p. 1-25.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Production of Presence: what meaning cannot convey*. Stanford: Stanford University Press, 2004.
- HAVE, Iben; PEDERSEN, Birgitte Stougaard. *Digital Audiobooks : New Media, Users, and Experiences*. Nova Iorque: Taylor & Francis, 2015.
- HAVELOCK, Eric A. *A Revolução da escrita na Grécia e suas conseqüências culturais*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista; Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996a.
- HAVELOCK, Eric. *Prefácio a Platão*. Campinas: Papyrus, 1996b.
- KELLS, BOOK OF. *Manuscrito medieval de autoria desconhecida*. Manuscripts & Archives Research Library, Trinity College Dublin. Item No.: IE TCD MS 58. Digital No.: MS58_001r .
- McKENZIE, Donald F. *Bibliography and the sociology of texts*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- McKITTRICK, David. *Print, Manuscript and the Search for Order, 1450-1830*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
- McLUHAN, Marshall; McLUHAN, Eric. *Laws of media – The new science*. Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press, 2007.
- McCUTCHEON, Robert W.. Silent Reading in Antiquity and the Future History of the Book. In: BARNHISEL, Greg; ROUX, Beth le; ROSE, Jonathan (Eds.). *Book History* – Volume 18. Baltimore, Maryland: Johns Hopkins University Press, 2015. p. 1-32.
- NEVILLE, Henry. *The Isle of Pines; or, A late Discovery of a fourth Island in Terra Australis Incognita*. London: Banks & Harper, 1668.

SILVA, Renata Prado Alves. Catalogação Social, leitura de livros e sociabilidade: apontamentos para novas práticas de leitura. In: *Revista Brasileira de História da Mídia*, v. 4, n.2, jul/dez., p. 69-78, 2015.

SILVA, Renata Prado Alves. BookTube: livros e leitura em vlogs no YouTube. In: INTERCOM, 39, 2016, São Paulo. In: *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Intercom, São Paulo, SP, 2016. p. 1-15.

SPINOZA, Benedict de. *Ethics*. New York, London: Hafner Press, 1949.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. *Metafísicas canibais*: Elementos para uma antropologia pós-estrutural. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

CAPÍTULO 6

Harry Potter: do impresso às *enhanced editions*

GABRIELA GRUSZYNSKI SANSEVERINO

Introdução

O percurso do livro não é estático – do papiro à chegada das mídias digitais, ele se reinventou, acompanhando e se adaptando as novas tecnologias. O livro mudou seu suporte, do *volumen* para o *códex*, que agora convive também com a plataforma eletrônica e seu modo de produção; de manuscrito para impresso e, atualmente, também em *bits*¹, repensando seu processo de produção, distribuição e circulação ao longo desta trajetória.

A história do livro está associada a dispositivos técnicos de várias espécies, à medida que livro e tecnologia estão integralmente ligados (MACHADO, 1997). Com as mídias digitais e a internet, tem-se novas formas de ler, distribuir, acessar e gerar conhecimento (FURTADO, 2006). Cada mudança e avanço tecnológico transformam o panorama da informação (DARTON, 2009), e esse movimento acontece em um ritmo cada vez mais acelerado, que exige também rapidez de atualização dos

1. Bit é a abreviação do termo *Binary Digit* e é a menor unidade de informação que é armazenada ou transmitida por dispositivos eletrônicos.

conteúdos disponibilizados. Com computadores e com os dispositivos móveis, temos um novo panorama de acesso à informação e, sempre que há criação de um novo suporte, cria-se também um novo hábito de leitura (CHARTIER, 1999).

Os sete livros impressos da saga de Harry Potter, escritos por J.K. Rowling, já venderam mais de 450 milhões (STAFF, 2013) de exemplares desde seus lançamentos; e transformaram Rowling na única figura literária britânica que vale mais de um bilhão de dólares. A série de *best sellers* acompanhou o desenvolvimento e a propagação das mídias digitais, mostrando que os livros ultrapassaram as fronteiras da página impressa e criaram novas formas de vivência da ficção.

A autora estreou no mercado literário em 1997 com *Harry Potter e a Pedra Filosofal* (*Harry Potter and the Sorcerer's Stone*). Nos anos seguintes, lançou outros seis livros da série que foram traduzidos em 78 idiomas, publicados e reeditados em diversos países (HARRY, 2018). O que começou como literatura, se transformou em outras linguagens, desdobrou-se em diferentes objetos que possibilitam, de algum modo, uma integração à história: oito filmes que se tornaram campeões de bilheteria, jogos de videogame e para computador, histórias em quadrinhos, brinquedos, roupas e até doces. Além disto, hoje é possível visitar um parque temático chamado *The Wizarding World of Harry Potter*, que fica nos Estados Unidos e conta com atrações baseadas no seu enredo; ou conhecer os cenários dos filmes, interagir com objetos, conhecer animais-atores, entre outras atividades proporcionadas pelo estúdio da Warner Bros, próximo a Londres.

Em outubro de 2011, Rowling lançou o site *Pottermore.com*, com a proposta de criar um espaço de vivência do mundo mágico de Harry Potter na web. A autora escreveu novos materiais sobre os personagens, lugares e objetos das histórias, que podem ser acessados nas diversas seções da página, que contam também com ilustrações, áudios, vídeos e jogos exclusivos criados a partir da narrativa. O site se tornou uma experiência de leitura *online* da saga do bruxo, ampliando a relevância de Harry Potter para as novas gerações de leitores, enquanto ainda atraente para os fãs existentes, apresentando uma forma interativa de se entrar na história do menino bruxo.

Harry Potter é um produto cultural de enorme sucesso no mercado editorial, cinematográfico e de entretenimento, que atingiu um número

expressivo de leitores, espectadores, usuários e consumidores em diferentes países. Entre o lançamento do primeiro livro da série até a estreia de seu último filme nos cinemas, passaram-se quinze anos, nos quais os fãs se mobilizaram na expectativa dos lançamentos de cada novo produto. Com o anúncio da criação do site *Pottermore*, em 2011, no mesmo ano em que a última obra cinematográfica estreava, Rowling garantia aos fãs uma nova forma de vivenciar a história. Este site demarcou a série como uma narrativa transmídia, com novos conteúdos e novas perspectivas para o enredo, e assinalou uma nova tendência para os produtos culturais do século XXI – a busca pela transmidialidade das narrativas.

O que podia ter sido apenas um prognóstico tornou-se uma tendência confirmada: a cada novo volume editado, aumentaram os índices de produção e os leitores se multiplicaram em ordem geométrica, transformando *Harry Potter* em um típico produto culturalmente mundializado; e a série ocupou – e ocupa até hoje – um lugar significativo no mercado de bens simbólicos e provocou, durante todos esses anos, reações positivas ou negativas, sempre acaloradas, por parte dos agentes dos campos literário e editorial. (BORELLI, 2007, p. 382-383).

O acesso à história de Harry Potter se renova e se amplia com a criação de novas edições de livros impressos, eBooks, *Enhanced Editions* e o site *Pottermore*: assim, possibilitou uma “pluralidade de formas de apresentação de um texto” (CHARTIER, 1999, p. 72), que respondeu às demandas de um público que buscava novas formas de se integrar ao enredo de Rowling e que migrava para o ambiente digital. “[...] é preciso observar que o deslocamento de práticas de um meio para o outro implica em modificações no conteúdo, altera a relação do tempo e, com isso, no diálogo entre emissor e receptor. [...]” (RAMOS, 2013, p. 50).

Se, em sua origem, Rowling desenvolveu uma narrativa pensada para livros, o desenvolvimento da série, que foi possibilitada pelo sucesso de seu reconhecimento junto a um público, acompanhou as significativas mudanças que estão se dando no âmbito da sociedade e do mercado midiático: “A revolução que o computador, e agora, a Internet e outras redes informáticas estão trazendo aos mais diversos domínios de atividade relacionados com o livro, afetando todo o seu circuito tradicional” (BELO,

2013, p.09). A narrativa de Harry Potter passou a se recriar com as novas possibilidades para imaginar, desdobrar e participar das vivências do menino que continua crescendo, torna-se um adolescente e vê-se diante de uma vida adulta.

O presente artigo busca pensar como o livro impresso é reinventado com as mídias digitais, a partir da análise deste processo na franquia de Harry Potter, com a transformação das sete obras de Rowling em eBooks e *Enhanced Editions*. Por meio da pesquisa bibliográfica e documental, refletiremos sobre o livro impresso como espaço original do enredo de Harry Potter, que se transformou em um fenômeno do mercado editorial e da indústria de entretenimento; olharemos para os eBooks como o primeiro esforço da franquia para a digitalização da história de Harry Potter; e pensaremos sobre a ligação entre o site *Pottermore* e as *Enhanced Editions* e uma busca em trazer interatividade para a experiência de leitura da história de Rowling, que ultrapassa as fronteiras da página impressa e chega às telas com as mídias digitais.

Livro impresso – a magia em sete best sellers

Para Darton (2009), a criação da escrita demarcou a invenção tecnológica mais importante da história da humanidade, à medida que transformou a relação do homem com o seu passado e permitiu o surgimento do livro como força histórica.

A segunda mudança tecnológica significativa foi quando o códice substituiu o pergaminho – “ele transformou a experiência de leitura: a página surgiu como unidade de percepção e os leitores se tornaram capazes de folhear um texto claramente articulado” (DARTON, 2009, p. 34).

Na década de 1450, o códice foi transformado pela impressão com tipos móveis. A invenção de Gutenberg se disseminou de forma avassaladora e permitiu que o livro alcançasse círculos de leitores mais amplos (DARTON, 2009): “Livro: um suporte portátil que consiste de uma série de páginas impressas e encadernadas que preserva, anuncia, expõe e transmite conhecimento ao público, ao longo do tempo e do espaço” (HASLAM, 2007, p. 9).

A tecnologia de impressão não sofreu mudanças por quase quatro séculos, mas houve uma expansão do público leitor graças às melhorias na

alfabetização, educação e acesso à palavra impressa. O livro se tornou um artefato cultural capaz de transmitir informações – ideias, cultura, conhecimento – através do tempo; uma forma de expressão e mediação da nossa realidade. Através da leitura, se entra em mundos diferentes (CHARTIER, 1999), criações de autores das quais cada um pode se apropriar.

As narrativas de ficção representam algo do imaginário, contam uma história. Há, nas narrativas de ficção, como observa Strelow (2009), um trabalho de criação, que mescla memória, observação e imaginação em diferentes graus, de acordo com as concepções intelectuais e morais do romancista. As invenções do autor irão manter vínculos com a realidade, seja a do autor, seja a do mundo que o cerca.

Tornamos as narrativas receptáculos de nossas próprias paixões, que podem ser tanto provocadas pela história que estamos acompanhando quanto serem exteriores a ela (ECO, 1994). A história será formada a partir dos elementos dados pela narrativa e pelo contexto pessoal de quem a acompanha. Com as histórias que contam, as narrativas mostram-se capazes de auxiliar as pessoas a pensarem conflitos do mundo à sua volta e a compreenderem situações de seu dia a dia, encontrando na ficção respostas para questões que se apresentam em suas vidas.

Harry Potter é uma dessas narrativas. A saga de um menino bruxo que vive entre dois mundos – um *trouxa*² e um mágico –, enfrentando os desafios de crescer e criar sua própria identidade, em meio a relações, grupos e compromissos, que desenham um cotidiano *real* em um universo ficcional.

Em 1990, sete anos antes de o primeiro livro ser publicado, Rowling já havia começado a pensar no enredo de Harry Potter, mas foi apenas em 1994 que, em um pequeno café em Edimburgo, na Escócia, a história do menino ganhou vida. Quando, enfim, conseguiu encerrar o que se tornou o primeiro livro de uma série, a autora enviou o manuscrito para inúmeras agências literárias. Apesar das cartas de recusa que recebeu, não desistiu do projeto. O agente literário Christopher Little, ao ler o manuscrito, acre-

2. Tradução das edições brasileiras para o termo que Rowling utiliza em sua história para se referir às pessoas não mágicas. Em inglês, o termo usado é *muggle*. Em ambas as línguas, há uma conotação interessante. Mais do que definição, há a indicação de que o mundo sem magia – desconectado, racional – é marcado por algo que nos escapa. Há uma realidade paralela desconhecida, que os *trouxas* não conseguem apreender.

ditou em seu potencial e enviou os originais para diversas editoras, até que a *Bloomsbury* decidiu publicá-lo (SMITH, 2003).

Com receio, contudo, de que meninos tivessem preconceito com um livro escrito por uma mulher, a editora sugeriu que a autora usasse apenas as iniciais de seu nome, em vez de Joanne. Ela adotou a ideia. Como tinha, porém, apenas um primeiro nome, resolveu usar também a letra “K”, do nome de sua avó favorita, Kathleen (SMITH, 2003). Assim nasceu J.K. Rowling, que estreou em 1997 sua série de *best-sellers* com *Harry Potter e a Pedra Filosofal* (*Harry Potter and the Philosopher’s*).

A editora *Bloomsbury* imprimiu inicialmente apenas 3.500 cópias do primeiro livro de Rowling e destas apenas 350 foram inicialmente distribuídas para as livrarias (STAFF, 2013). A identificação do público com a história e o sucesso do livro com um público não apenas infantil, mas também jovem e adulto, garantiu que a franquia de Rowling tivesse continuação e fosse vendida também fora do Reino Unido.

O primeiro livro foi lançado em setembro de 1998 pela editora *Scholastic* nos Estados Unidos (ROSS, 2018), que comprou os direitos da história no país por US\$ 105.000, um valor consideravelmente alto para um livro juvenil de um autor na época desconhecido. A editora americana trocou o título do livro para *Harry Potter and the Sorcerer’s Stone*, pois queria garantir que o público associasse o título à magia. Nos Estados Unidos, o livro já teve uma primeira impressão de 50.000 cópias (ROSS, 2018).

Desde o primeiro livro impresso, a história de Rowling mobilizou um engajamento dos fãs que foram essenciais para a sua transformação em uma franquia mundial. Enquanto as editoras *Scholastic* e *Bloomsbury*, que detêm os direitos dos livros de Harry Potter nos Estados Unidos e no Reino Unido, buscavam criar um espaço embrionário de interação com fã-clubes próprios, foi na internet que os fãs da série descobriram um espaço de encontro que não exigia investimento financeiro e não era limitado geograficamente.

A popularização da internet, a partir da década de 1990, fez com que a apropriação e a troca de conteúdos por parte dos fãs ganhassem visibilidade – os debates passaram do privado para o público, através dos fóruns virtuais e redes sociais. Por essa razão, tornou-se possível manter discussões em tempo real com pessoas do mundo todo por meio de *sites* de

relacionamento e fóruns de discussão *on-line*. Grupos de fãs se tornaram massivos, como os fãs da saga Harry Potter – autointitulados *Potterheads*. Ao final da década de 90 e no início dos anos 2000, o *fandom on-line* de Harry Potter se tornou ele próprio um fenômeno – os fãs, através de comunidades na internet, organizaram-se em uma escala mundial, criando linguagens, culturas e práticas particulares aos *Potterheads*.

As tiragens dos próximos livros aumentaram progressivamente e seus lançamentos movimentavam os fãs, que esperavam ansiosamente pelo próximo volume da história de Harry Potter. O último livro da série, *Harry Potter e as Relíquias da Morte* (*Harry Potter and the Deathly Hallows*), vendeu 11 milhões de cópias no seu primeiro dia de vendas no Reino Unido e nos Estados Unidos (ROSS, 2018).

Com o sucesso de vendas dos livros e a popularização das mídias digitais, criou-se a possibilidade de novas formas de leitura da história de Rowling. Os livros eletrônicos surgiram como uma forma de trazer para as telas as palavras da autora, não em detrimento do impresso, mas como uma experiência nova de acesso ao enredo de Harry Potter. As páginas impressas foram transformadas em *bits* e apresentadas para os fãs como uma nova oportunidade de levar para casa a história de Rowling.

Ebook – reprodutibilidade eletrônica

A comunicação eletrônica foi a quarta mudança tecnológica significativa no âmbito da transmissão de informações. A internet, no âmbito de sites e mecanismos de busca, se tornou comum na década de 1990, e evoluiu até que se transformou em uma experiência de comunicação eletrônica cotidiana (DARTON, 2009). Com as tecnologias digitais, o livro foi remodelado, assim como a forma de contar histórias e a experiência do leitor:

O fluxo sequencial do texto na tela, a continuidade que lhe é dada, o fato de que suas fronteiras não são mais tão radicalmente visíveis, como no livro que encerra, no interno de sua encadernação ou de sua capa, o texto que ele carrega, a possibilidade para o leitor de embaralhar, de entrecruzar, de reunir textos que são inscritos na mesma memória eletrônica: todos esses traços indicam que a revolução do livro eletrônico é uma revolução nas estruturas do su-

porte material do escrito assim como nas maneiras de ler. (CHARTIER, 1999, p. 13).

O livro digital é fundamentalmente diferente de um livro impresso, não apenas pela materialidade do suporte, mas também pela experiência de leitura. Os primeiros eBooks, sigla em inglês para *electronic book*, traduzido para português como livro eletrônico, foram criados na década de 1970 pelo Projeto Gutenberg. Criação do norte-americano Michael Hart, o projeto tinha o objetivo de tornar os livros mais acessíveis, a partir da digitalização de textos de domínio público (LEMOS, 2014). Como um produto das tecnologias da informação e da comunicação, os eBooks surgiram como uma nova forma de leitura.

O termo é uma abreviação de *electronic book* (livro eletrônico ou livro digital). Indica, em princípio, a versão eletrônica de um livro impresso que pode ser lido por meio de um *e-reader* (electronic reader), um computador [...] ou outro dispositivo que permita acesso a dados digitais, como alguns celulares. (GRUSZYNSKI, 2007, p. 427).

Os eBooks, como explica Furtado (2006), podem ser tanto um arquivo digital do conteúdo de um livro quanto o arquivo digital acompanhado de um *software* que possibilita o acesso e a navegação do conteúdo. A possibilidade de incorporarem vídeos, áudios, dados e outros conteúdos transformaram os livros digitais em uma experiência multimídia. Eles podem propiciar uma leitura não linear, que se apropria de recursos multimídia para envolver o leitor e tornar sua experiência mais agradável e dinâmica.

Para Procópio (2010), os eBooks são caracterizados por três elementos: o *software reader*, o dispositivo de leitura e o livro. O *software reader* é o programa ou aplicativo que permite a leitura do conteúdo digital em diferentes telas, como computadores (*desktops* ou *laptops*), dispositivos específicos para livros digitais (*e-readers*) ou dispositivos para bolso (celulares e *smartphones*) e aparelhos multifuncionais (*tablets*). O dispositivo de leitura é o *hardware*, o aparelho em si. Enquanto o *software reader* decodifica o código para a leitura do conteúdo digital, o dispositivo de leitura é o suporte para a exibição de um determinado conteúdo. O livro diz respeito ao conteúdo em si, a obra que se pretende ler: “O conteúdo é a parte mais importante entre as partes que compõem esse novo cenário”

(PROCÓPIO, 2010, p. 50). A história contada é o principal elemento que faz do livro um objeto de consumo.

Os livros digitais aparecem como um exemplo da remediação, como referem Bolter e Grusin (1998), que mescla duas mídias – uma nova e uma antiga. O processo de remediação pode acontecer de duas maneiras: a primeira, quando enfatiza-se a mídia antiga, com um esforço de deixar a nova mídia mais transparente. O processo, chamado por Bolter e Grusin (1998) de imediação (*immediacy*), permite o contato direto com a mídia anterior através da nova. A segunda maneira enfatiza as características da nova mídia, chamada de hipermediação (*hypermediacy*) (BOLTER; GRUSIN, 1998).

Nos eBooks, os processos de imediação e hipermediação se alternam de acordo com a percepção do usuário. Ao ler um livro em um dispositivo móvel, por exemplo, “ora a atenção pode ser despertada pela simulação do livro impresso (imediação), ora pelo próprio aparelho que promove essa visualização e que também promove a percepção de materialidade, diferente do livro impresso (hipermediação)” (SEHN, 2014, p. 50).

Para Lemos (2014), os avanços tecnológicos na área digital são rápidos e efêmeros, pois *hardwares* e *softwares* recém-lançados se tornam ultrapassados e são substituídos em uma questão de meses. Os eBooks exigem dos leitores novas habilidades e conhecimentos, na medida em que, para ler um texto eletrônico, é necessário saber utilizar um aparato eletrônico usado como suporte de leitura.

Não basta ser alfabetizado para ler um livro digital. É necessário que o leitor também seja letrado quanto às próprias normas e regras de determinadas tecnologias, pois nem todos os suportes técnicos (seja computador, tablet, e-reader ou mobile) são compatíveis com determinados arquivos comercializados. (LEMOS, 2014, p. 19).

Quando o primeiro livro impresso da série Harry Potter foi lançado em 1997, eBooks quase não existiam, eram uma ideia embrionária de produção, divulgação e circulação de livros. Foi apenas de 2006 em diante, com o surgimento do Sony Reader, Amazon Kindle, Barnes & Nobles Nook e Apple iPad, que os eBooks se tornaram uma forma tangível de lançamento de livros. Rowling relutou em lançar versões eletrônicas de seus livros pela ameaça de pirataria, mas com a proporção massiva da série,

versão digitalizadas não autorizadas da série já eram parte da Internet.

Rowling reteve os direitos digitais dos seus livros ao invés de vender os direitos a uma editora. A autora, então, decidiu aliar o lançamento dos eBooks do Harry Potter à divulgação do site *Pottermore* – o *debut* oficial da franquia no mundo digital. Os livros seriam vendidos na loja criada no site a partir de outubro de 2011, mas o *Pottermore* foi sobrecarregado com o acesso de fãs e a divulgação dos livros digitais foi adiada para o ano seguinte, sendo lançados apenas em 2012 (ROSS, 2018).

Os eBooks foram criados em uma versão DRM-free, o que significa que podem ser lidos em qualquer dispositivo, do Kindle ao iPad, que geralmente restringem seus eBooks às suas plataformas. Eles contêm apenas o texto original de Rowling, não há uma proposta de interatividade, mas de uma leitura linear da história: uma simulação dos livros impressos nas telas. Entra-se nas histórias de Harry Potter com o passar das páginas nos dispositivos móveis e computadores.

No *Pottermore Shop* são vendidos estes eBooks tradicionais – que contêm apenas o texto original – que funcionam em quase todos os *e-readers* e aplicativos de leitura, *tablets* e celulares. O próprio site disponibiliza, por meio de seu canal no Youtube, *Pottermore Shop*, vídeos com instruções de como adquirir os livros, fazer o *download* e lê-los nos diferentes tipos de dispositivos (POTTERMORESHOP, 2012). Essas edições são vendidas no *Pottermore* em inglês, alemão, espanhol, francês, italiano, japonês e português pelo preço de \$8,99 dólares por livro. Eles podem ser comprados também em livrarias *on-line*, como Amazon e Fnac, e baixados para os *e-readers* específicos que elas disponibilizam.

Rowling, inclusive, lançou em 2016 três novos livros do universo Harry Potter exclusivamente em formato eBook, seguindo a mesma proposta dos outros lançamentos da franquia em formato eletrônico. Os livros que trazem textos originais de Rowling e do arquivo do site *Pottermore* são vendidos por US\$ 2.99, tanto através da *Pottermore Shop* como de livrarias *on-line* e podem ser lidos em diversos dispositivos.

Há uma praticidade em escolher os eBooks. É possível carregar os sete livros do Harry Potter em um único dispositivo, milhares de páginas transformadas em *bits* facilmente adquiridos e transportados de um lugar para o outro. Isto, contudo, não significa que os livros impressos da série foram substituídos. Tem-se uma ligação entre os diversos produtos da

franquia, que continuam a apelar para os fãs.

Em 2014, a *Bloomsbury*, uma das editoras que publicam os livros de Rowling, viu as vendas da série aumentarem em 29% (RAKING, 2018) após reeditarem as obras com novas capas. O livro, seja impresso, seja eBook, é um objeto inserido em uma lógica comercial e industrial. As editoras *Scholastic* e *Bloomsbury*, que detêm os direitos dos livros de Harry Potter nos Estados Unidos e no Reino Unido, lançaram o primeiro livro impresso ilustrado da narrativa de Rowling – *Harry Potter and the Philosopher's Stone*³, com desenhos novos e exclusivos de Jim Kay⁴. Há mais de cem ilustrações distribuídas ao longo da história. Por ano, um novo livro ilustrado será publicado e os fãs poderão se mobilizar até 2022 com o lançamento de textos familiares, mas com um toque de novidade.

Com a evolução das mídias digitais, contudo, os livros impressos e os eBooks tradicionais não respondiam sozinhos às demandas dos fãs por interatividade e imersão no universo criado por Rowling. Primeiro, a versão inicial do site Pottermore e, agora, *Enhanced Editions* de livros eletrônicos buscam trazer uma forma de leitura que se desprende da lógica linear e estática do virar da página do impresso.

Enhanced Edition – a mágica da interatividade

O antigo site *Pottermore*, que foi substituído em setembro de 2015, disponibilizava gratuitamente aos usuários acesso à história interativa de Harry Potter, com recursos que davam vida à imaginação em torno da narrativa de Rowling. Estruturada em capítulos, tal história permitia que o usuário interagisse com a narrativa, criando seu próprio percurso pelos sete livros da história de Rowling. A nova versão não disponibiliza mais a história interativa, mas ela se transformou em livro digital.

3. O livro tem, até o momento, apenas edições em inglês (americano e britânico). Ele já está sendo vendido no Brasil e o preço varia de R\$ 170 a R\$ 180. As edições ilustradas e da capa dura são tradicionalmente mais caras e o preço é ainda mais elevado pelo livro ser importado.

4. Jim Kay, vencedor da medalha Kate Greenaway 2012 por distinção em ilustrações de livros para crianças. Ele irá ilustrar os sete livros da série com desenhos coloridos e projetar uma nova imagem para a capa do livro (JIMKAY, 2015).

eBooks são ótimos, certo? Práticos, portáteis, eficientes; as palavras passaram do papel para uma tela do tamanho de uma mão. Eles revolucionaram a forma como lemos, são versões digitais de livros impressos e permitem que carreguemos com a gente para todo o lugar uma biblioteca inteira. Mas eles também podem ser mais que isso. A tecnologia pode ser usada para despertar sua imaginação e construir suspense em maneiras que nunca sonhamos antes. Com a imaginação certa e as histórias certas, eBooks podem ser criados para quase, quase, parecerem mágicos.⁵ (POTTERMORE, 2015, tradução nossa).

Menos de um mês após lançar o novo *Pottermore*, que retirou do ar a história interativa de Harry Potter, Rowling anunciou, em parceria com a Apple, o lançamento de *Enhanced Editions* dos livros da série. Com o texto original completo, animações, ilustrações e interatividade, a história ganhou uma nova vida. O antigo *site* pode ter deixado de existir, mas esses novos eBooks, vendidos exclusivamente pela Apple, garantem que o seu conteúdo continuará a existir – mas agora pelo preço de US \$9,99 por livro. As edições estão disponíveis para 32 países em inglês, francês, alemão e espanhol.

Para serem lidas, essas *Enhanced Editions* exigem que a pessoa tenha um produto Apple (*iPhone*, *iPad*, *iPod*, computador *Mac*, etc.). Sua compra deve ser feita por meio da loja dos *iBooks* e é possível fazer o *download* das edições diretamente nos aparelhos Apple. A Apple teve que vender os livros diretamente, pois os *Enhanced Books* foram feitos em *Arquivos iBooks Author*, formato exclusivo para a plataforma.

As *Enhanced Editions* dos eBooks caracterizam-se como livros digitais que possuem efeitos e recursos audiovisuais.

A evolução no modo de ler ocorreu efetivamente na questão da dinamicidade dos elementos que podem compor uma obra. Agregado ao fato que um *ebook* possui os mecanismos da tecnologia da

5. No original: “eBooks are great, right? Practical, portable, slick; words shifted from paper to a palm-size screen. They revolutionized the way we read, they’re digital versions of print books and we can carry a whole library with us everywhere we go. But they can also be more than that. Technology can be used to rouse your imagination and build suspense in ways we’ve never really thought of before. With the right imagination and the right stories, eBooks can be crafted to almost, almost, feel like magic”.

informática, a interatividade é um aspecto bastante consolidado e requisitado pelos usuários. Esse novo formato de livro [traz] um novo tipo de leitura. Alguns leitores podem ficar satisfeitos com uma passada rápida pela narrativa superior. Outros podem ter vontade de ler verticalmente, mergulhando cada vez mais fundo em determinados temas com ajuda dos ensaios e documentos de apoio. Outros podem navegar em direções imprevistas, buscando conexões que se adaptem aos seus próprios interesses, ou alterando o material em construções particulares. (DARNTON, 2009, p. 95).

Atualmente, o eBook é um recurso muito usado em dispositivos móveis. Idealmente, um eBook deveria ter qualidade suficiente para os dispositivos atuais, ser compatível com uma grande variedade de dispositivos e ser passível de conversão para outros formatos, se necessário. Existem, contudo, mais de uma dezena de formatos, não compatíveis entre si, e que por vezes não se adaptam às telas de maior resolução, além de muitos formatos serem exclusivos de uma empresa, como é o caso da Apple.

Ao observar o desenvolvimento do aplicativo *iBooks*, é possível perceber que a Apple buscou fazer uma transição do livro impresso para o eletrônico de forma suave, salientando a semelhança entre os usos do impresso e do digital. Dessa maneira, o público conseguiria aceitar mais facilmente os livros digitais, priorizando o dispositivo móvel para realizar a leitura desses arquivos (SEHN, 2014). Com a evolução das tecnologias e a popularização dos dispositivos móveis, como o *iPad* e o *iPhone*, foi possível verificar, no caso do *iBooks* da Apple, como explica Sehn (2014, p. 75), “[...] um movimento que vai da reprodução das características do livro impresso – enfatizando o objeto tradicional – para a hipermediação do livro digital, agora com ênfase nos fatores tecnológicos”.

Nos sete livros lançados no formato *Enhanced Editions* há 223 ilustrações, assim como notas extras de Rowling, que haviam sido lançadas e incorporadas desde 2012 ao antigo *Pottermore*. Esses aperfeiçoamentos são sutis, mas permitem uma expansão da imaginação dos leitores nas cenas que foram ilustradas. Todas as ilustrações vieram do site, mas foram (re)imaginadas e reformatadas para se adequarem ao formato do eBook.

Há interatividade limitada, mas existente, nessas edições dos livros de Harry Potter. Não há opções de diferentes caminhos de leitura, ou de cocriação da história. O eBook tem ilustrações com movimentos e utiliza

recursos como o *zoom*, planos de cena, cortes e transições, além de sons relacionados ao contexto da história.

Todos os detalhes foram planejados meticulosamente para se encaixarem no universo mágico de Rowling, sem tirar a atenção do texto. Desde o *design* personalizado da fonte das capitulares que iniciam cada capítulo até a detalhada ilustração de inúmeras cenas, foram criados para repassar a ideia de magia, ao mesmo tempo em que são convenientes – os sete livros agora podem ser carregados no bolso em um único dispositivo móvel.

The air was soon thick with flying gnomes.



“Touchdown!” said Fred as, with a slight bump, they hit the ground. They had landed next to a tumbledown garage in a small yard and Harry looked out for the first time at Ron’s house.



‘Er – hello,’ said Harry nervously.

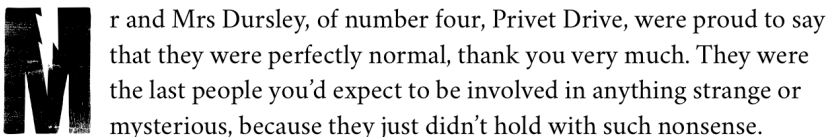
‘Harry Potter!’ said the creature, in a high-pitched voice Harry was sure would carry down the stairs. ‘So long has Dobby wanted to meet you, sir ... Such an honour it is ...’

Figura 1 - Ilustrações do eBook *Harry Potter and the Chamber of Secrets*.
Fonte: ROWLING, 2015

Ao clicar no ícone de uma pena, que aparece em diferentes momentos do texto, é possível acessar notas de Rowling sobre aquelas passagens, com curiosidades da história. No entanto, não há muitas anotações. Para saber a *backstory*⁶ de personagens, objetos e lugares por completo é necessário acessar o *Pottemore*, mas apenas através dos eBooks é possível ter toda a narrativa de Rowling.

Os novos livros digitais também ganharam novas capas para refletir o tema de cada obra – serpentes para o segundo livro, por exemplo. Foi projetada, também, uma nova fonte especialmente para as edições digitais, com cada letra incorporando um relâmpago, que é forma da cicatriz na testa de Harry. A fonte, chamada de *Fluffy*, o cão de três cabeças apresentado no primeiro livro da série, é usada para a letra maiúscula que começa cada capítulo.

CHAPTER 1 THE BOY WHO LIVED



Mr and Mrs Dursley, of number four, Privet Drive, were proud to say that they were perfectly normal, thank you very much. They were the last people you'd expect to be involved in anything strange or mysterious, because they just didn't hold with such nonsense.

Figura 2 - Fonte *Fluffy* utilizada no início de cada capítulo.

Fonte: Captura da tela do eBook do livro Harry Potter and the Philosopher's Stone (ROWLING, 2015)

As *Enhanced Editions* são o próximo passo do eBook e, para Harry Potter, uma forma de aproximar o suporte e a maneira de contar a história no plano do real com a magia do universo ficcional. São, contudo, também limitados a um público mais restrito, pelo preço mais caro, a disponibilidade em menos idiomas e o acesso apenas em aparelhos da Apple.

6. *Backstory* é um termo criado para se referir a uma história que contextualiza personagens, objetos e lugares de narrativas de ficção com detalhes sobre seu passado, sua vida, sua criação, etc.

Considerações finais

Nas últimas décadas, observamos e vivenciamos significativas transformações nos meios de comunicação em processos de convergência que envolvem diferentes esferas – editorial, comercial, institucional, tecnológica, etc. A história de Harry Potter é lançada em um período contemporâneo a essas mudanças e, a partir do livro impresso como suporte midiático, estratégias de migração digital foram sendo incorporadas também na medida em que o mercado de mídia e de entretenimento se alterava, incorporando novos recursos e estratégias. Nesse sentido, a narrativa ganhou mais espaço, transformou o seu registro de temporalidade e passou a circular em proporções cada vez mais globalizadas.

Há vinte anos, Harry Potter era apenas um sonho de Rowling; agora, a franquia transmídia vale mais de 15 bilhões de dólares e tem sua história espalhada por inúmeras plataformas, alçando um número massivo de pessoas, que podem escolher como preferem vivenciar o universo mágico criado pela autora. Harry Potter é um fenômeno contemporâneo da convergência de diferentes sistemas de significação, em que um está implicado no outro. A mudança de um suporte para outro, além da complementação da história, cria um universo em que o receptor circula em várias frentes e dimensões estéticas.

A série adquiriu não apenas capital cultural, mas também uma dimensão mercadológica. A história de Harry Potter tem valor comercial. Esse é um fator externo, próprio da dimensão da mercadoria, em que um bem cultural torna-se parte da indústria cultural (literatura, *best-seller*; cinema, *blockbuster*; site, número de acessos; parque para visitação; produtos comerciais, etc.). Há uma dimensão exterior que coloca limites e condições para a existência dos produtos culturais no mundo. Esse valor quantitativo, entretanto, que a série passou a representar, faz a narrativa de Harry Potter ser questionada no âmbito do qualitativo.

Existe um preconceito acadêmico e intelectual com o *best-seller*, o massivo, que, por vezes, nega a capacidade, dessas narrativas que se tornaram fenômenos de mercado, de suscitar questionamentos sobre a realidade com a qual trabalha. Ao pensarmos na dimensão externa da obra – mercadológica –, levantamos uma questão relevante, algo próprio do mundo globalizado, regido pelo capital. Trata-se de uma história com

força explicativa no mundo, que penetrou na imaginação de toda uma nova geração de leitores. Esses leitores, contudo, não parecem buscar Harry Potter por seu valor de mercado. Nesse sentido, questionamos: há algo na obra que toca em uma necessidade de cada leitor? Que resposta aparece aí para dilemas humanos atuais? A partir da necessidade de pensar uma identidade e uma forma para o mundo, a ficção de Harry Potter responde que uma pessoa comum pode ter outra identidade possível, relevante, heroica, nada prosaica, entre outros, desde que abra seus olhos.

Harry Potter, que surgiu a partir dos livros no final dos anos 1990, nasce no período de *boom* da *Web 2.0* e dá origem a uma comunidade de fãs nativamente digital. A construção do universo ficcional, que se expandiu para diferentes plataformas, permitiu aos fãs a exploração de novos conteúdos e criou diversos desdobramentos para a obra, que oportunizaram uma nova experiência com a série. A transmidialidade de Harry Potter se formou pelo esforço de relacionar os conteúdos e os produtos midiáticos da série e teve seu sucesso garantido pela participação e pelo envolvimento do público com a sua narrativa.

Se o livro, enquanto objeto de leitura, vive uma pluralidade de existências [...] prevalece a convivência entre o tradicional e o revolucionário, perceptível neste cenário de profundas mudanças pelas quais têm passado nossos objetos de leitura. (BUFREM; SORRIBAS 2009, p. 322).

Entre os eBooks e o primeiro livro ilustrado da franquia, foram apresentadas aos fãs novas maneiras de redescobrir a história de Harry Potter, que também dão a Rowling e aos seus editores uma oportunidade de revender mais uma vez os *best-sellers*, cujo último foi lançado há oito anos.

Referências

- BELO, A. *História & Livro e Leitura*. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.
- BOLTER, J.D.; GRUSIN, R. *Remediation – Understanding New Media*. Cambridge: The MIT Press, 1998.
- BORELLI, S. H. S. Harry Potter: conexões midiáticas, produção e circulação, cenários urbanos e juvenis. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30., 2007, Santos. Anais... São Paulo: Intercom, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1063-1.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2015.
- BUFREM, L. S.; SORRIBAS, T. V. Práticas de leitura em meio eletrônico. *Educação Temática Digital*, Campinas, v.11, n.1, dez., p. 298-326, 2009.
- CHARTIER, R. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.
- DARTON, R. *A questão dos livros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- ECO, U. *Seis passeios pelos bosques ficcionais*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- FURTADO, J. A. *O papel e o pixel. Do impresso ao digital: continuidades e transformações*. Florianópolis: Escritório do Livro, 2006.
- GRUSZYNSKI, A. C. *A imagem da palavra: retórica tipográfica na pós-modernidade*. Teresópolis, RJ: Novas Ideias, 2007.
- HARRY Potter Bloomsbury*. 2018. Disponível em: <<http://www.harrypotter.bloomsbury.com/uk/jk-rowling-biography/>>. Acesso em: 16 jul. 2018.
- HASLAM, A. *O livro e o designer II – Como criar e produzir livros*. Tradução de Juliana A. Saad e Sérgio Rossi Filho. São Paulo: Edições Rosari, 2007.
- JIMKAY. 2015. Disponível em: <<http://www.jimkay.co.uk/>>. Acesso em: 16 jul. 2018.
- LEMOS, G. *Livros digitais em pauta: análise da cobertura jornalística das*

revistas Superinteressante, Piauí, Nova Escola, Info Exame e Você S/A. 2014. 150 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

MACHADO, A. *Formas expressivas da contemporaneidade*. In: _____. Pré-cinemas e pós-cinemas. Campinas: Papirus, 1997.

POTTERMORE. 2015. Disponível em: <<https://www.Pottermore.com/en-us/>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

POTTERMORESHOP. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/PottermoreShop>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

PROCÓPIO, E. *O livro na era digital: o mercado editorial e as mídias digitais*. São Paulo: Giz Editorial, 2010.

RAKING, J. New Harry Potter illustrated editions spell rising sales for Bloomsbury. *The Guardian* [S.I.], 31 mai. 2015. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/books/2015/may/19/new-harry-potter-illustrated-editions-spell-rising-sales-for-bloomsbury>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

RAMOS, T. C. *A literatura brasileira na internet: implicações do digital na narrativa*. 2013. 119 p. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco, 2013.

ROSS, S. Harry Potter Timeline. The life and times of Harry Potter and his creator. *Infoplease* [S.I.], 2018. Disponível em: <<https://www.infoplease.com/spot/harry-potter-timeline>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

ROWLING, J.K. *Harry Potter and the Chamber of Secrets*. Bloomsbury: Londres, 2015.

_____. *Harry Potter and the Philosopher's Stone*. Bloomsbury: Londres, 2015.

SEHN, T. C. M. *As possíveis configurações do livro nos suportes digitais*. 2014. 265 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

SMITH, S. J. K. *Rowling: uma biografia do gênio por trás de Harry Potter*. Tradução Carlos Irineu, Flávia da Rocha Pinto e Iva Sofia Gonçalves Lima. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

STAFF, T. Because it's his birthday: Harry Potter by the numbers. Entertainment Time, [S.I.], 31 jul. 2013. Disponível em: <<http://entertainment.time.com/2013/07/31/because-its-his-birthday-harry-potter-by-the-numbers/>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

STRELOW, A. A representação do jornalista como personagem na literatura brasileira da década de 70. *Conexão – Comunicação e Cultura*, Caxias do Sul, v. 8, n. 16, jul./dez., p. 53-76, 2009.

CAPÍTULO 7

As formas do (ciber)jornal

GABRIEL RIZZO HOEWELL

PATRÍCIA LOPES DAMASCENO

ANA GRUSZYNSKI

Introdução

O discurso de um jornal não está solto no espaço, mas envolto em um dispositivo, afirma Mouillaud (1997). Os dispositivos são matrizes – mais do que suportes – em que se inscrevem os textos, comandando a duração e a extensão destes. São formas que estruturam o tempo e o espaço, lugares materiais ou imateriais nos quais se inscrevem necessariamente os textos, sendo esses qualquer forma de inscrição. Para Gruszynski (2016), essa noção permite pensar os aspectos da materialidade ligados em rede, considerando diferentes esferas que contribuem para a produção de sentidos, na medida em que os dispositivos podem se encaixar uns nos outros, como sugere Mouillaud (1997).

Ao considerar as possibilidades materiais que um dispositivo apresenta, é possível entendê-lo, conforme Charaudeau (2009), como o suporte físico da mensagem, mas não como um vetor indiferente ao que veicula e sim como um formatador da mensagem. A relação dialética entre a forma e o conteúdo da mensagem é tal que não se pode conceber um sem o outro. Dizer que determinado produto é um jornal não remete somente ao

aspecto material que conforma o conteúdo. Como dispositivo, este aciona outros sistemas sógnicos. “Ao se utilizar o termo dispositivo, então, estar-se-á se referindo não apenas ao suporte, mas indicando que este agencia potencialidades e limitações semióticas ao dar forma a conteúdos multimodais” (GRUSZYNSKI, 2016, p. 171).

Sendo assim, busca-se aqui entender o que contribui para a conformação editorial da informação jornalística e apontar para aquilo que a caracteriza materialmente – em um movimento que remete à noção de dispositivo – sob a luz do atual contexto de convergência jornalística e produção ciberjornalística. O ponto de partida é o produto material e é com base nele que será possível pensar outras esferas (mesmo as imateriais) que contribuem para a constituição do produto ciberjornalístico. Tal discussão tem em vista que os elementos que instituem os jornais sofreram transformações significativas desde sua inauguração até os dias atuais, com mudanças tecnológicas, econômicas e culturais que implicaram em alterações nas próprias percepções de tempo e espaço – essenciais para a discussão do que é o jornal.

O jornal como dispositivo

A possibilidade de se tomar o dispositivo como um lugar material ou imaterial acarreta também em se pensar em duas concepções para o dispositivo jornal – ligadas às noções de materialidade e imaterialidade. Jornal tem diversos significados: há o jornal como obra cultural, o jornal como exemplar de papel e tinta, o jornal como noticiário, o jornal como empresa jornalística. Otto Groth (2011) afirma que o jornal é uma obra cultural cujo sentido não está nas edições e nos seus exemplares, mas sim na sua substância, materializada através desses (GENRO FILHO, 2012). “Como um todo uniforme, o *jornal é imaterial*; ele não tem um correlato em uma unidade material, não fica em algum lugar no espaço, não pode ser percebido pelos sentidos e é, assim, ‘imaterial’” (GROTH, 2011, p. 147). Ao mesmo tempo, ele só é apreensível por meio de cada exemplar, por meio das ações tomadas para a sua produção. Os números são emanções, manifestações e materializações da sua ideia, afirma Groth (2011). Ou seja, é de sua “unidade imaterial” que resulta a continuidade de suas manifestações, independente da forma que toma e da produção

técnica que o envolve. Essa substância, para Groth (2011), cumpre a finalidade de comunicar os acontecimentos da cultura e da vida à sociedade, de publicizar os bens imateriais que pertencem ao mundo presente dos leitores de um modo coletivo, servindo, assim, como mediador (GENRO FILHO, 2012).

Portanto, é só através de sua materialidade que ele se realiza e é passível de apreensão. “A realidade ideal de um jornal só é acessível a partir de suas manifestações materiais” (FIDALGO, 2004, p. 2-3). A forma, a produção técnica e a materialização são fundamentais para a compreensão da conformação editorial do jornal, como será discutido a seguir. Se, por um lado, há essa concepção imaterial do jornal, caracterizada por Groth (2011) como tendo *periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade*, por outro, tem-se o “dispositivo material jornal”. Este se caracteriza por conformar o texto a partir de enquadramentos estabelecidos, em parte, pela conformação do conteúdo em seções, temas e na disposição hierárquica – elementos nitidamente visíveis no impresso e que se refletem no ciberjornal, graças também às suas origens como transposição do impresso (MIELNICZUK, 2003).

Dessa maneira, cabe revisar as características de um jornal para Groth (2011), tendo em vista sua manifestação no ciberjornal. A *periodicidade* diferencia o jornal de obras como livros e folhetos, com aparição isolada. Os sucessivos números de um jornal – ou as sucessivas matérias publicadas em um ciberjornal – são repetidas manifestações materiais do jornal. A noção de periodicidade, contudo, não deve ser entendida como uma frequência regular de publicação, mas sim como a maior brevidade possível dos intervalos de publicação, numa busca pela concomitância entre acontecimento e notícia (GROTH, 2011). “A medida da periodicidade, os espaços de tempo e as horas do dia nos quais os números do jornal são publicados são determinados pelos propósitos das pessoas” (GROTH, 2011, p. 151). A demanda social por periodicidade é a soma de um desejo de pertencimento a uma comunidade imaginada com a organização do processo produtivo potencializada por avanços tecnológicos e necessidades econômicas, como afirma Franciscato (2005). Esse desejo, inserido no contexto de compressão do tempo e do espaço (HARVEY, 1992), tende a se intensificar, aproximando o sentido de periodicidade do de simultaneidade no ciberjornalismo. Assim, o ciberjornal tem sua periodicidade

intensificada com relação ao impresso, por exemplo, à medida que o acontecimento e a notícia se aproximam. “A constância fixa dos períodos iria acorrentar o jornal, imobilizá-lo, torná-lo sem vida [...]. O jornal quer e tem que se adaptar à correnteza em que se movimenta” (GROTH, 2011, p. 163). Fidalgo (2004) ainda destaca um diferencial do ciberjornalismo com relação ao radiojornalismo e ao telejornalismo, que também podem aproximar a periodicidade da simultaneidade. Diferentemente desses, o ciberjornalismo retém a informação, que pode ser acessível em outro tempo, possibilitando ao leitor o consumo da informação em intervalos regulares.

Outra característica do jornal, a *universalidade*, consiste em oferecer a compreensão do mundo objetivo – tanto natural, como cultural e social – em que o ser humano se move. Isto é, permitir que o leitor se relacione com o mundo, a partir do conhecimento do que está a sua volta. Quanto mais o mundo se estende e enriquece, mais se complica e mais urgentes e rápidos se tornam os meios que devem ajudar a pessoa a tomar posição com relação ao mundo, afirma Groth (2011). Universalidade significa que tudo o que diz respeito à humanidade é objeto da mediação jornalística, tudo que pode levar o ser humano à tomada de decisão é possível conteúdo do jornal (FIDALGO, 2004). Essa universalidade encontra dois limites: um interno, a vida íntima, e um externo, o círculo de visão do leitor. Assim, se um veículo online se propõe a oferecer conteúdos que façam parte do mundo objetivo dos seus leitores, ele cumpre com a universalidade. Mais que isso, o ciberjornalismo tem, inclusive, mais capacidade de cumprir com a universalidade, no momento em que se rompem fronteiras (SALA-VERRÍA, 2015) e as limitações, espacial das páginas do jornal impresso e temporal dos minutos do jornal do rádio ou da TV, se impõem com menos força, cabendo mais assuntos em um ciberjornal.

A *atualidade* é a característica do jornal de informar o que é atual, o que acontece no tempo presente, agora (GROTH, 2011). Diferentemente do conceito de “novo”, que depende de o sujeito não saber de algo, “atual” expressa a relação entre dois pontos no tempo objetivo, ressalta Groth (2011). Bem como a periodicidade, a atualidade tem na simultaneidade seu ideal. Ou seja, quanto mais imediata for a publicação, maior a atualidade. Há, é claro, uma impossibilidade de simultaneidade entre acontecimento e notícia, devendo-se falar de uma atualidade possível (FIDALGO, 2004). A aceleração da vida cotidiana, que insere o futuro no presente

(HARVEY, 1992), fez com que o presente dure cada vez menos tempo. “O que é actual reduziu-se drasticamente no que à extensão do tempo diz respeito” (FIDALGO, 2004, p. 8). A atualidade é, logo, marca da sociedade contemporânea e do ciberjornal, que passa a conviver com a atualização contínua e a instantaneidade. Pela atualidade, as causas remotas, os contextos alargados, as consequências a médio e longo prazo são deixadas de lado, diz Fidalgo (2004). Contudo, na *web* não é necessário abrir mão do contexto, uma vez que se pode recorrer à memória e à hipertextualidade.

A última das quatro características destacadas por Groth (2011) é a *publicidade*, a acessibilidade potencialmente geral ao jornal. Publicidade é tornar público os conteúdos e difundi-los o mais amplamente possível. Tal característica está interligada à universalidade, uma vez que quanto mais universal for o jornal, maior a possibilidade de ele difundir seu conteúdo para mais gente. Potencialmente, a publicidade é atingir todo o leitor; efetivamente, é constituída por um público determinado (FIDALGO, 2004). Na *web*, a publicidade efetiva pode chegar mais perto da publicidade potencial, por ser o ciberjornal acessível a todos com internet. Entretanto, há também limites internos e externos para a publicidade: respectivamente, as mediações humanas próximas, como uma família, e as pessoas afastadas do jornal, como aqueles que não têm condições técnicas, econômicas e/ou políticas de acessar o jornal (GROTH, 2011), seja por não terem acesso à internet ou ao site, seja por barreiras como os *paywalls*, que impedem a leitura de usuários que não assinam o ciberjornal.

Para Groth (2011), então, um jornal tem em sua unidade imaterial a finalidade de mediar a comunicação de bens imateriais¹, a sua substância, que o define independentemente dos aspectos materiais – e pode ser reconhecida pelas características acima listadas. Reconhece-se, contudo, a relevância das dimensões técnicas e formais na conformação desse produto. Como visto, a materialidade cumpre papel significativo nas próprias características de periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade, o que interessa particularmente ao presente trabalho.

1. Adelmo Genro Filho (2012) considera essa definição genérica e abstrata, sendo necessário definir a especificidade desses bens produzidos pela estrutura jornalística. Propõe, então, buscar que tipo de conhecimento é produzido pelo jornalismo, entendido como forma social de conhecimento.

Mudanças tecnológicas, econômicas e culturais implicam em alterações nas percepções de tempo e espaço, que incidem nas características de um jornal. Periodicidade e atualidade estão intrinsecamente ligadas à relação do sujeito com o tempo, enquanto universalidade e publicidade dizem respeito à relação deste com o espaço. Assim, se espaço e tempo são categorias básicas da existência humana (HARVEY, 1992) e não podem ser entendidos a partir de uma escala objetiva, mas sim a partir das práticas e conceitos que cada formação social incorpora a respeito de tempo e espaço, tais características são suscetíveis a alterações provocadas pelas condições em que se materializam.

Entender que a materialidade do meio “influencia e até certo ponto determina a estruturação da mensagem comunicacional” (FELINTO, 2001, p. 37) auxilia a pensar os aspectos acima tratados. Nesse sentido, Felinto e Andrade (2005) apresentam parâmetros importantes que consideram a *situação material* a partir de situações como: a) ritmos corporais; b) configuração do espaço onde se situa o aparato tecnológico; e c) estruturação de seus mecanismos de interface (teclado, mouse). Já Lemos² entende que

[...] uma análise da materialidade revela diversos agentes (dispositivos, produtores de textos, criadores de software, de imagens e de sons, usuários e suas práticas e hábitos corporais, lugares constituídos, distribuidores, escritores etc.) que atuam diferentemente a depender do conteúdo, do dispositivo e das práticas corporais. (LEMOS, 2012, p. 122).

No caso dos jornais, há de se considerar as características que compõem a natureza do produto para compreender as alterações na materialidade, tendo em vista que meios, materiais e circunstâncias de leitura produzem sentido, transformando as relações de tempo e espaço. Considerando que novos e antigos hábitos conformam nossas relações com os produtos jornalísticos – as práticas de leitura (CHARTIER, 1996) –, percebe-se que muitos são os elementos que influenciam nossa percepção e que configuram a nossa forma de interagir com os jornais na atualidade.

2. Em *Dispositivos de leitura eletrônica*, discute esses sob a ótica da Teoria Ator-Rede, a qual aqui não temos a pretensão de mobilizar. Mesmo assim, as ideias de Lemos (2012) nos auxiliam a pensar as questões aqui propostas.

Destacamos, assim, a materialidade como elemento próprio das publicações que dialoga com os sujeitos situados no espaço e no tempo. As experiências ligadas ao ler/ver compreendem não apenas a atividade intelectual ligada à percepção e à interpretação dos códigos que compõem os conteúdos acessíveis nas páginas de papel ou nas telas. Supõem também aquelas que derivam da produção de sentidos a partir do peso, tamanho, textura, cheiro etc., que informam/sensibilizam sobre o que temos diante de nós, permitindo que por meio das dimensões simbólicas, epistêmicas e estéticas construamos expectativas em relação aos artefatos portadores de textos cada vez mais multimodais. (GRUSZYNSKI, 2015, p. 575).

Conforme o supracitado, os elementos que caracterizam materialmente um jornal sofreram mudanças ao longo de sua constituição. Assim se discute a seguir o que contribui para a conformação da informação jornalística em um (ciber)jornal.

O design de notícias

“A informação é, numa definição empírica mínima, a transmissão de um saber, com a ajuda de uma determinada linguagem, por alguém que o possui para alguém que se presume não possuí-lo” (CHARAUDEAU, 2009, p. 33). Ela, porém, não existe em si, afirma Charaudeau (2009). É pura enunciação, dependente do campo de conhecimentos que a circunscreve, da situação em que se insere e do dispositivo em que é posta em funcionamento. O tratamento da informação é a maneira como o sujeito que informa decide transpor, em linguagem, os fatos selecionados em função do alvo, visando determinado efeito. Assim, o sentido só pode ser perceptível através das formas.

Estudos oriundos do campo do design ratificam que a forma influencia na compreensão das notícias, uma vez que variações entre os elementos gráficos e textuais afetam a interpretação e criam diferentes impressões nos leitores, auxiliando na lembrança de determinados conteúdos (LOWREY, 2003).

O projeto gráfico de uma publicação, na definição de sua ‘personalidade’, ou seja, o padrão gráfico que deverá prevalecer a cada edição ou manifestação na web (formato, cores, tipografia e todos demais elementos que configuram o *layout*), determina o modo como o leitor percebe o

jornal (FROST, 2003). Os parâmetros referentes à definição desse padrão gráfico levam em conta algumas das noções tradicionais que orientam a prática projetual e incorporam perspectivas ligadas às especificidades dos aparatos digitais. Estes se constituem e se modificam com o desenvolvimento dos processos de convergência (KOLODZY, 2008; SALA-VERRÍA; GARCÍA-AVILÉS; MASIP, 2010) e do jornalismo pós-industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013).

Uma vez que no contexto da convergência jornalística surgem novos suportes para a circulação de conteúdos – e, associado a isso, o termo plataforma ganha protagonismo –, a noção de dispositivo possibilita integrar ambos, sendo o suporte correspondente à parte física dos equipamentos (computadores, *tablets*, *smartphones* etc.) e plataforma o espaço informacional que cada um configura. Uma primeira camada corresponde, então, ao *hardware*, que é a base a partir da qual se constituem as demais. Uma segunda camada abrange sistemas operacionais que são intermediários entre componentes físicos e programas; a terceira é composta de *softwares* que permitem acessar conteúdos multimodais; na quarta camada está o conteúdo digital que se quer efetivamente ler, ver, ouvir, interagir, etc. Existem também aplicativos integrados a iniciativas convergentes que se agregam à terceira e à quarta camadas. Cada uma apresenta *affordances* que conformam experiências de consumo e que podem integrar-se ao uso de redes sociais e plataformas de vídeos, música, jogos etc. (GRUSZYNSKI, 2016).

Larequi (2005) afirma que os avanços tecnológicos mudaram radicalmente as formas de apresentar a informação. Entretanto, observa que algumas das preocupações que já existiam com o conteúdo do impresso permaneceram em relação às novas modalidades de publicação de conteúdo. Para o autor, deve-se considerar três aspectos fundamentais: a *qualidade* da informação que é oferecida; o tipo de *estrutura editorial* com a qual se comunica a informação; e a *apresentação visual* que se faz disso. Considera também que existem cinco critérios básicos que norteiam o design digital: *atração visual*, *compreensão*, *utilidade*, *eficiência* e *navegabilidade*. Cabe observar, entretanto, que a apresentação visual indicada por Larequi é um aspecto que se integra a outras modalidades de conformação das notícias próprias do ciberjornalismo, que caracterizam sua especificidade: hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, memória,

instantaneidade, personalização e ubiquidade (CANAVILHAS, 2014).

Zappaterra e Caldwell (2014) entendem que são fatores determinantes do design da notícia a *organização*, a *comunicação* e a *navegação*. Em publicações digitais, recursos como títulos, abas e outras marcações gráficas servem como *links* para navegação. São projetados para ajudar o leitor a encontrar rapidamente o que procura e, por isso, além de atraentes, desempenham um papel central junto da navegação, já que a maneira como o usuário navega determina seu envolvimento com a publicação e com a leitura. Aspectos ligados à performance do usuário nas plataformas e às características formais dos produtos jornalísticos passam a ter tanta relevância quanto a informação (GARRETT, 2011; GRUSZYNSKI, 2015).

Muitos jornais estão agora menos preocupados com a simples reportagem e mais em fornecer histórico, perspectiva e interpretação. Em vez de apenas dizer aos leitores o que aconteceu, esses jornais agora têm de ajudá-los a compreender o significado dos acontecimentos e incentivá-los a pensar. O design tem de responder a isso de várias maneiras. À medida que as matérias ficam mais longas e complexas, a racionalidade e a legibilidade dos *layouts* de página e da tipografia tornam-se cada vez mais importantes. E o jornalismo visual – uso inteligente da fotografia, infografia e *layout* – também se tornou uma ferramenta essencial para os editores. (PORTER apud ZAPPATERRA; CALDWELL, 2014, p. 27).

O design tem papel fundamental no enquadramento dos acontecimentos brutos e, através das relações entre diferentes elementos que auxilia a estabelecer, contribui na construção dos acontecimentos jornalísticos. A informação jornalística não emerge naturalmente dos acontecimentos, mas da junção dos acontecimentos e dos textos (TRAQUINA, 2016). A atividade de edição jornalística compreende a integração de acontecimentos a sistemas de pensamento. A mensagem formatada por um dispositivo articula vários elementos de um conjunto, prescreve normas para a operação de enquadramentos, entendidas como o processo de seleção, arranjo e hierarquização dos conteúdos, colocando determinados materiais em contato com outros. Assim, os títulos das seções estabelecem pré-acordos, compromissos, que induzem a uma interpretação (MOUILLAUD, 1997). A distribuição nessas seções recorta o mundo, é

uma maneira de ordenar o espaço (TRAQUINA, 2016), remete a categorias de pensamento da opinião pública (CHARAUDEAU, 2009). Por meio dessa distribuição em seções, apreende-se como o veículo constrói seu espaço público. Para Charron e De Bonville (2016), se efetua um recorte do real em função das informações disponíveis, das expectativas pressentidas dos leitores e dos recursos publicitários disponíveis.

“A repartição temática consiste em distribuir as notícias segundo as rubricas e em reunir, ou mesmo repetir, a informação de maneira apropriada, o que se faz diferentemente de acordo com o suporte” (CHARAUDEAU, 2009, p. 146). Se a distribuição em temas ou seções é a principal maneira que o jornal tem para organizar a universalidade a que se propõe, para Fidalgo (2004) um ciberjornal tem no banco de dados a solução para dominar o mar de informações possíveis de se oferecer. A partir dele, é possível selecionar os temas e as notícias desejadas, aspecto que está diretamente ligado à arquitetura da informação na *web*, que passa pela combinação de sistemas de organização, nomeação, busca e navegação (MORVILLE; ROSENFELD, 2006). Com a *web* 3.0, o uso de metadados (tags) é elemento fundamental nos processos de organização e estruturação dos conteúdos, expandindo e complexificando a identificação e enquadramento dos conteúdos a partir de seções.

Cabe também observar o papel da capa de um jornal, que na lógica do impresso era o convite para a compra do periódico, informando o que havia em seu interior. Na *web*, ela deu lugar a *home* ou *homepage*, página inicial de um site que, durante os anos 1990, era uma metáfora da página impressa, afirmam Barsotti e Aguiar (2017). Mesmo hoje, a *home* do site de um jornal traz os principais destaques do noticiário no momento, considerando critérios de noticiabilidade e buscando o equilíbrio de espaço entre as editorias (BARSOTTI; AGUIAR, 2017), ainda que cada vez mais tenhamos o tensionamento desses princípios por conta dos sistemas de mensuração da audiência. Foi esse o modelo que orientou a navegação do usuário pelas notícias durante duas décadas, em que ele acessava o site e escolhia o que gostaria de ler, inferindo, a partir da composição da página, no que valia a pena clicar. Entretanto, com a expansão dos *smartphones* e o aumento do consumo de notícias pelos sites de redes sociais isso se alterou significativamente.

Barsotti e Aguiar (2017) observam um processo de invisibilidade das

homepages, uma vez que redes sociais – especialmente o *Facebook* – e o *Google* se tornam fontes extremamente relevantes de tráfego para os sites dos jornais. Somam-se a eles as notificações enviadas pelos próprios veículos e a atuação de portais como redirecionadores para as notícias. Cada vez menos leitores acessam as páginas iniciais, chegando às notícias por meios de links. Como consequência desse processo, as matérias, conformadas por outros dispositivos, não estabelecem mais relações somente com as que estão próximas de si na home, mas também no *feed* de notícias dos usuários, nos resultados das buscas do *Google* ou em *newsletters* que fazem a curadoria de conteúdos noticiosos. Mesmo assim, como afirma uma das editoras da home do *Estadão*, Marta Cury Maia, por mais invisível que seja a página inicial, ela “traduz” o jornal (BARSOTTI; AGUIAR, 2017).

A maneira como o conteúdo editorial é exposto sugere um modelo interpretativo do mesmo que, a partir de seus elementos constitutivos, expressa o propósito singular de sua manifestação. Olhando para o jornal material, percebe-se, logo, que suas características, sejam elas as divisões por seções e editorias, o *layout*, a disposição hierárquica ou a composição das páginas e da capa, são passíveis de mudança à medida que se impõem avanços técnicos e necessidades econômicas. A digitalização reorganizou os fluxos informacionais em arquiteturas hipertextuais multidimensionais, e passaram a surgir outras lógicas que não os modelos de configuração do impresso (GRUSZYNSKI, 2016). Os recursos da internet possibilitaram novas modalidades e formatos de comunicação em rede e foram paulatinamente incorporados no desenvolvimento de uma linguagem mais própria da internet (MIELNICZUK, 2003), esta mesma em dinâmica e intensiva transformação, como se observa com suas diferentes gerações e recursos. Veículos nativos digitais subvertem a lógica de seções e editorias, propõem articulações com plataformas próprias da web como redes sociais, plataformas de áudio, vídeo etc., evidenciando o encaixe entre diferentes dispositivos.

Considerações finais

O jornal contemporâneo é eminentemente multiplataforma e demanda de seus leitores, de um lado, competências elementares ligadas ao manejo de suportes digitais (ligar, desligar, utilizar botões, carregar bateria, etc.), dos sistemas operacionais a eles associados, assim como de outros *softwares* (navegadores ou aplicativos próprios) que determinam o espaço informacional de acesso aos conteúdos de um veículo. De outro, passa pelo reconhecimento de formas próprias constituídas a partir do impresso – marca, organização temática em editorias, modos de hierarquização de informações, etc. –, bem como do jornalismo enquanto prática social. O desenvolvimento de aptidões e conhecimentos ligados às *affordances* próprias dos suportes e plataformas pode ampliar, diversificar e proporcionar outras experiências em torno do que se entendia tradicionalmente por jornal, tensionando o dispositivo em suas dimensões materiais e imateriais.

A possibilidade de integrar outras referências temporais e espaciais – periodicidade, atualização contínua, acesso ao conteúdo online e offline, sensibilidade ao contexto dos usuários, etc. –, tanto a partir da leitura de uma edição que reproduz um jornal impresso em dispositivos digitais, como em edições que proporcionam narrativas multimídia que podem se associar às outras plataformas presentes na web – como *Facebook*, *Instagram* e *Youtube*, por exemplo – evidenciam a potencialidade de expansão e multiplicidade de modos de interação com um jornal, redimensionando os elementos que o identificam. A opção por um suporte ou outro para acessar os conteúdos atende a interesses, situações de uso, hábitos, rotinas, entre outros aspectos, que implicam a capacidade individual dos leitores de lidarem com diferentes modalidades e formatos e informação, que se relacionam com práticas socialmente compartilhadas. Assim, o discurso do jornal não produz significados apenas por aquilo que apresenta como conteúdo editorial, mas a partir do tensionamento de outras esferas dos processos de convergência – empresarial, profissional, tecnológica –, com a apropriação e recirculação realizada pelo público.

Cabe salientar, por fim, o papel dos veículos nativos digitais, que vêm ajudando a renovar valores tradicionais do jornalismo, usando técnicas inovadoras e redefinindo o papel do jornalismo, como avaliam Harlow e Salaverría (2016). Esses têm apostado na produção de conteúdos próprios

e na agregação de conteúdos de outros veículos, de colaboradores e da própria audiência. Enquanto alguns investem em narrativas visuais impactantes, jogos e reportagens, outros se especializam em reportagem investigativa, jornalismo de dados ou explicação de notícias, ou ainda se dedicam a nichos como política, negócios, questões legais e esportes (ANDERSON; DOWNIE JR.; SCHUDSON, 2016). Por ser a convergência um processo multidimensional, para se avaliar aspectos propriamente editoriais de um jornal, é necessário considerar e problematizar as diferentes esferas que perpassam sua configuração como produto.

Referências

- ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo Pós-industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*, abr./jun., p. 30-89, 2013.
- ANDERSON, C.W.; DOWNIE JR., Leonard; SCHUDSON, Michael. *The news media: what everyone needs to know*. Nova York: Oxford University Press, 2016.
- BARSOTTI, Adriana; AGUIAR, Leonel. A invisibilidade da home page e as mudanças nos modos de leitura das notícias. In: *Compós - XXVI Encontro Anual da Compós*, São Paulo, 06 a 09 de junho de 2017.
- CANAVILHAS, João. (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom, 2014.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2009.
- CHARRON, Jean; DE BONVILLE, Jean. *Natureza e transformação do jornalismo*. Florianópolis: Insular; Brasília: FAC Livros, 2016.
- CHARTIER, Roger. *Práticas de leitura*. São Paulo: Liberdade, 1996.
- FELINTO, Erick ANDRADE, Vinícios. A vida dos objetos: um diálogo com o pensamento da materialidade da comunicação. *Contemporânea*, v. 3, n. 1, jan./jun., p. 75-94, 2005.
- FELINTO, Erick. Materialidades da comunicação: por um novo lugar da matéria na teoria da comunicação. *Ciberlegenda*, n. 5, p.1-16, 2001.
- FIDALGO, Antônio. Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth. *Pauta Geral*. Salvador, v.11, n. 6, p.1-13, 2004.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão: Editora UFS/Fundação Oviedo Teixeira, 2005.
- FROST, Chris. *Designing for newspapers and magazines*. New York: Routledge, 2003.
- GARRETT, Jesse J. *The Elements of User Experience: User-Centered*

Design for the Web and Beyond, Second Edition. Berkeley, CA: Pearson Education, 2011.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Florianópolis: Editora Insular, 2012.

GROTH, Otto. *O poder cultural desconhecido: fundamentos da Ciência dos Jornais*. Petrópolis: Vozes, 2011.

GRUSZYNSKI, A. C. Design editorial e publicação multiplataforma. *Intexto*, n. 34, set./dez., p. 571-588, 2015.

GRUSZYNSKI, Ana. Dispositivos de leitura no cenário de convergência das mídias. In: Zilberman, Regina; Rösing, Tânia. *Leitura: História e ensino*. Porto Alegre: Edelbra, 2016. p. 169-187.

HARLOW, Summer.; SALAVERRÍA, Ramon. Regenerating Journalism: Exploring the 'Alternativeness' and 'Digital-ness' of Online-Native Media in Latin America. In.: *Digital Journalism*, v. 4, n.8, p. 1001-1019, 2016.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Ed. Loyola, 1992.

KOŁODZY, Janet. Convergence Explained. In: GRANT, August E.; WILKINSON, Jeffrey. S. (Orgs.). *Understanding Media Convergence*. New York: Oxford University Press, 2008.

LAREQUI, Jesús Canga. Periodismo en la red: Diseño periodístico y ediciones digitales. *Revista Telos*, n. 63, abril/junho, 2005. Não paginada.

LEMOS, André. Dispositivos de leitura eletrônicos. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 9, jan./abr., p. 115-131, 2012.

LOWREY, Wilson. Newspaper design: an examination of the role of the newsroom subgroups. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, v. 80, n. 2, p. 348-367, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na Web. In: *12º Compós – Encontro dos Cursos de Pós-Graduação em Comunicação*, Recife, 2003.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio (Orgs.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997. p. 29-35.

MORVILLE, P.; ROSENFELD, L. *Information architecture for the world wide web*. Sebastopol: O'Reilly Media, 2006.

SALAVERRÍA, Ramon.; GARCÍA-AVILÉS, José. A.; MASIP, Pere. Concepto de convergencia periodística. In: LÓPEZ, Xosé.; PEREIRA, Xosé. (Orgs.). *Convergencia digital: Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, 2010. p. 41-64.

SALAVERRÍA, R. Mídia e jornalistas: um futuro em comum? *Revista Parágrafo*. v.1, n.3. jan./jun., p. 79-83, 2015.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Florianópolis: Insular, 2016.

ZAPPATERRA, Yolanda.; CALDWELL, Cath. *Design editorial: jornais e revistas/mídia impressa e digital*. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

CAPÍTULO 8

Re/vis-à-vis/tas *serrote* e *WTW*: uma incursão sociocultural no design gráfico editorial

PAULO BERNARDO VAZ

DIEGO BELO

Cultura em revista

Propomos aqui discutir o valor sociocultural do design gráfico e a sua relevância no setor gráfico-editorial, através da análise das revistas *serrote* e *Works That Work (WTW)*. O estudo procura entender o design gráfico como uma experiência que pode operar de modo a promover o desenvolvimento crítico dos leitores de produtos editoriais e usuários de dispositivos que se comunicam fazendo uso de palavras e imagens.

Examinamos os modos como o projeto, objeto da disciplina do design gráfico, é capaz de atribuir significados mais complexos do que apenas ao que lhe é intrínseco, partindo do pressuposto de que o material dos projetos de design gráfico açambarca o mundo da cultura visual. Os artefatos, objetos produzidos pela ação humana por meio de fabricação (CARDOSO, 2011), gerados pela prática profissional cotidiana, possuem relevância e valor simbólico, e podem se apresentar como instrumento para o desenvolvimento sociocultural, ultrapassando, e muito, o apelo estético e comercial. Desta forma, o design gráfico seria um meio plausível para se criar valores e pensar a cultura material como recurso social.

O design pode ser um meio cultural lento e silencioso que gradualmente exerce uma influência sobre a qualidade da necessidade (HARA, 2011).

A cultura é central nos processos de formação e transformação social. É notória a abrangência cultural em todos os artefatos existentes e em nossas ações cotidianas. A cultura é, conforme Williams (2015), um substantivo que descreve um processo geral de desenvolvimento intelectual, espiritual e estético. Iluminamos a cultura em conformidade com seu caráter civilizatório. “Nos referimos à posição da cultura em relação às questões de conhecimento e conceitualização, em como a “cultura” é usada para transformar nossa compreensão, explicação e modelos teóricos do mundo” (HALL, 1997, p. 1).

A questão que trazemos é saber se o designer – mediador entre a indústria cultural e o produto gráfico-editorial – pode reivindicar o papel de agente propulsor no processo de formação intelectual e desenvolvimento das operações cognitivas dos leitores. Acreditamos que sim; dentro de suas atribuições, o designer desempenha também esse papel. Portanto, os artefatos e as suas relações na sociedade de consumo devem ser tratados como uma tarefa cultural. Ou seja, os projetos de design gráfico devem ser estimulados a cumprir um papel social, que ultrapasse as funções estética e comercial que já lhes são próprias.

Sabendo que o design gráfico opera equilibrando elementos de ordem técnica e outros de natureza semântica, o desafio consiste em conhecer como nós, leitores, fazemos uso dos artefatos, seja atribuindo valor no sentido objetivo (material), seja no simbólico (imaterial).

Longe de considerar os designers gráficos como gênios demiurgos, paladinos acima do bem e o mal, queremos destacar os valores de uso dos artefatos e as respectivas potencialidades de significação, área pouco explorada e de grande relevância. Nossa intenção é discorrer acerca dos efeitos que produtos gráfico-editoriais deflagram na memória, no espaço e o no tempo.

A argumentação visa entender o design gráfico editorial como ferramenta cognitiva. Parafraseando Pierre Lévy (1993), o design deve escapar às visões imediatistas e utilitárias. Por meio dele poderemos nos lançar à procura de outras razões que não as do lucro, outras belezas que não as do espetáculo. Neste intento destacamos duas publicações consolidadas no mercado editorial internacional e brasileiro: *WTW* e *serrote*.

serrote

Revista quadrimestral, editada no Brasil e publicada pelo Instituto Moreira Salles nos meses de março, julho e novembro, *serrote* teve seu primeiro número publicado em março de 2009. Seu próprio slogan afirma que *serrote* é uma revista de ensaios “para abrir cabeças”. Na Carta dos Editores de sua primeira edição, a publicação mostra a que veio. Lemos: “O Instituto Moreira Salles lança esta *serrote* por acreditar que, em sua multiplicidade de tons e vozes, o ensaio se fixou como gênero indispensável à reflexão e ao debate de ideias” (SERROTE, 2009, p. 5). A epígrafe que abre a Carta dá conta da proposta editorial da publicação, manifesta o peculiar tom de desenvoltura que acompanha a revista, e soa como um alerta e uma promessa aos leitores: “Tremo quando examino o serrote (Murilo Mendes)” – (SERROTE, 2009, p. 5). Além de profecia de lançamento, parece-nos uma palavra de ordem para tudo aquilo que a *serrote* passaria a representar no mercado gráfico-editorial, com qualidade total e abrangência global.

Algumas particularidades contribuem para a qualidade gráfica, a beleza e a relevância da *serrote* no meio editorial. Com formato de 18 × 24 cm fechada, cada número dispõe de 240 páginas, aproximadamente, o que resulta em uma lombada de cerca de 2 cm. Sua capa apresenta uma estrutura parcialmente padronizada. Em todas as edições vemos o nome da publicação negrito no alto à direita encabeçando uma grande ilustração. Logo abaixo do logotipo, sua identificação: “Uma revista de ensaios, artes visuais, ideias e literatura”. Os nomes dos autores presentes na revista são destacados na primeira ou na quarta capa, com uma única exceção na edição de número 10, quando seus nomes foram impressos na cinta que envolvia a publicação. O logotipo do Instituto Moreira Salles (IMS) é impresso ao pé da lombada e no canto inferior direito da primeira capa – logotipo, aliás, ausente na capa da primeira edição, mas que passou a figurar em todas as demais, a partir da segunda edição. A variação que se nota de edição para edição é por meio da paleta cromática e de uma grande ilustração, geralmente sangrada, que ocupa a primeira – ou a primeira e a quarta – capa, variando entre grafismos, desenhos, gravuras, pinturas e fotografias dos mais diversos artistas.

Na lombada, percebemos o número da edição, e novamente os logo-

tipos da revista e o do Instituto Moreira Salles (IMS) que a publica. Um ponto curioso a respeito da lombada é que as informações são diagramadas em duas distintas posições: o número da publicação e o logotipo do IMS no sentido perpendicular à lombada, segundo a tradição clássica; enquanto o logotipo da revista é disposto no sentido vertical, de baixo para cima, no que é conhecido como lombada à francesa. Diferente da posição conhecida como lombada à inglesa onde as informações textuais são dispostas de cima para baixo. A grande diferença das lombadas à francesa e à inglesa são perceptíveis quando apoiamos uma publicação sobre uma mesa com a primeira capa virada para cima. Enquanto a lombada à inglesa permite uma leitura no sentido tradicional da nossa percepção, a lombada à francesa, tal como a da *serrote*, dispõe a informação de “cabeça para baixo”.

O verso da capa (segunda e terceira capas) é chapado em uma única tonalidade de cor. A cor escolhida varia em cada número, porém tende a ser explorada de forma consistente dentro de uma mesma edição, com idêntica tonalidade vibrante. A quarta capa é sempre apenas imagética e possui regras mais flexíveis: pode ser uma continuação da imagem da capa, outra imagem dentro do mesmo contexto ou algo completamente diferente. Um código de barras, com o número do ISSN e, novamente, o logotipo do IMS completavam o layout da quarta capa até edição de número 19; a partir do vigésimo número, o IMS passou a se identificar na lombada e na primeira capa.

O miolo é composto com variações de papéis, selecionados conforme a necessidade do tema abordado em cada seção. Percebemos, muitas vezes, uma seleção de papéis de alta alvura ou com revestimento para a disposição de imagens fotográficas ou ilustrativas e papéis sem revestimento, mais opacos, para a disposição dos textos e ensaios.

O acabamento é realizado em *hot melt*, em que as folhas do miolo são coladas à capa impressa em papel cartão – com gramatura bem mais elevada –, com laminação fosca no lado externo.

O projeto gráfico da *serrote* é um dos aspectos que mais atrai a atenção dos leitores. Possui uma estrutura inteligente, muito bem pensada, que promove a identidade de/entre as publicações, sem engessar ou deixar o ritmo de leitura monótono. Com uma malha flexível, possibilita trabalhar de maneira dinâmica, de acordo com a interpretação do conteúdo.

A mancha de texto é variável, porém, dentro dos números analisados, tendem para a assimetria entre as páginas da esquerda e da direita.

O uso tipográfico é consistente. Enquanto os ensaios trabalham em uma mesma sintonia em relação ao tamanho e ao comportamento dos tipos, algumas seções ou aberturas apresentam maior liberdade de composição, o que remete a um estilo mais ousado e contemporâneo, como apresentam as Figuras 1 e 2:



Figura 1 – Capas ilustrativas da *serrote*. Da esquerda para a direita, edições de número 2, 3, 5, 6 e 11.

Fonte: CLDT, 2018¹



Figura 2 – Páginas internas da *serrote*. Da esquerda para a direita, páginas 154 e 155 (edição de número 4); 80 e 81; 176 e 177; 188 e 189 (edição de número 13).

Fonte: CLDT, 2018²

É curioso notar que a *serrote* não é uma publicação que encontramos à venda em bancas de revistas, e sim em livrarias, em pontos de venda situados em centros culturais, e distribuída diretamente aos assinantes. Por suas características de produção gráfica – formato, volume, consistência – o leitor tem a impressão de ter em mãos um livro. A revista, entre-

1. Disponível em: <www.cldt.com.br/>. Acesso em: 01 jul. 2018.

2. Disponível em: <www.cldt.com.br/>. Acesso em: 01 jul. 2018.

tanto, não pretende se passar por livro, destacando na capa, junto ao seu logotipo, ser uma revista de ensaios, etc. Justamente a densidade de seu conteúdo é o principal atrativo de seus leitores fidelizados, *habitués* no trânsito por livrarias. Curiosamente é ali mesmo naquelas livrarias onde não encontramos revistas à venda, em suas estantes e prateleiras, avizinhando outras publicações editoriais não-periódicas que *serrote* encontra o seu lugar. O mesmo vale para a compra online. Pode-se adquirir as mais recentes publicações da revista nas lojas das sedes do Instituto Moreira Salles e nos mais variados portais de venda eletrônica, como *Livraria Cultura*, *Submarino*, *Americanas*, *Siciliano* e *Amazon*. Por outro lado, nestes mesmos portais encontramos poucas ofertas de publicações periódicas, o que revela uma interessante penetração de mercado e esforço de distribuição diferente daquele em que estamos acostumados.

O site *revistaserrote.com.br* libera para leitura alguns textos de cada edição da publicação, conforme os respectivos direitos autorais e de uso. A experiência de leitura proporcionada ao leitor não se compara à da revista impressa, produto gráfico cuja manipulação permite tantas percepções sensoriais além do olhar perscrutador do leitor por textos tão densos e imagens tão bem tratadas. O texto exposto na tela em versão digital nem de longe apresenta o apuro que o design gráfico proporciona, as relações que provoca, os intertextos que propõe, perdendo em relevância, atratividade e potencialidade de significação. Se comparada à *serrote* impressa, qualificamos como sofrível a experiência estética proporcionada pela leitura de sua versão virtual – se assim a podemos denominar – disponível no site.

WTW

A *Works That Work* (WTW) é uma fascinante publicação holandesa, com periodicidade bianual, disponível nos meses de abril e novembro, que desde 2013 vem tratando de um tema e experiência bastante abrangente, denominado por seus criadores como “a criatividade inesperada”.

Editada por Peter Bil'ak – designer de tipos à frente do *Typotheque* –, radicado em Amsterdã, a revista procura examinar os artefatos a partir de uma perspectiva prática. De uma maneira leve, a publicação relata projetos que causam ou promovam impacto. Seja onde for, esteja onde

estiver. Ao mesmo tempo, a *WTW* se mostra um ponto fora da curva, pela abordagem do design pelo viés social.

Seu projeto gráfico é o foco de nossa observação. Ainda que não possua o apuro técnico perceptível em outras publicações canônicas de referência global, é uma revista que preza pelo leitor. A diagramação é determinada pela legibilidade e pela leiturabilidade. A revista procura soluções simples, que proporcionem conforto e atratividade visual. Malabarismos puramente estéticos em detrimento da eficácia da leitura – tão comumente presentes nas publicações periódicas de design gráfico – não encontram abrigo na *WTW*. Há de se lamentar a falta de apuro e refinamento em questões sutis que qualquer designer mais atento não deixaria passar. Por vezes, o equilíbrio entre as colunas não é respeitado e os textos acabam sofrendo um desencaixe visual no layout. A profusão de viúvas também configura outro crime tipográfico recorrente na publicação. Aspectos banais, de correção extremamente simples, que maculam em muito pouco a qualidade formal da revista.

No formato 17 × 24 cm, fechada, a *WTW* apresenta algo em torno de 90 páginas, o que gera uma pequena lombada de 6mm. Por ser uma jovem publicação que procura aperfeiçoar os processos de produção e encadernação, a revista consolida a estrutura de diagramação. Na capa, o cabeçalho é fixo, com o logotipo da revista, o nome da publicação por extenso, o slogan, a edição, o ano e o preço, devidamente discriminado em Euro, Dólar Americano, Libra Esterlina e Rúpia Indiana³. Fechando a composição da capa, o tema da edição é ilustrado a partir de algum dos projetos que serão abordados na publicação.

Lombada, contracapa, terceira e quarta capas parecem ainda não estruturalmente solidificadas, ou seria a não imposição de um padrão uma estratégia da publicação? A lombada, contudo, desde sua terceira edição, traz a abreviatura do nome da publicação *WTW*, o número e o ano da publicação.

3. Os preços discriminados na capa são: Euro (€16), Dólar Americano (\$18), Libra Esterlina (£12) e Rúpia Indiana (Rs1.100). Existem três modalidades de assinatura da *WTW*: edição impressa, edição digital ou ambas as versões. A edição impressa custa €16. A digital, €8. Para aqueles que optarem pelas edições impressa e digital, o valor fica em €20. O sistema de assinatura é automático. Ou seja: é renovado à medida que as edições são publicadas e despachadas para o assinante. Não existe diferença de valor entre compra avulsa ou assinatura. E também não há cobrança de frete em nenhuma modalidade de aquisição da *WTW*.

A inscrição na lombada é lida verticalmente, letra sobre letra, tal qual na língua japonesa.

O esmero na escolha dos papéis e na diagramação dos artigos devem ser sublinhados. A edição número quatro, por exemplo, chega a utilizar quatro especificações diferentes de papéis, sendo que a capa é impressa em um modelo *Rives*, reconhecidamente sofisticado, com alta qualidade de impressão e que dialoga de maneira sublime com a foto retratada. A diagramação segue uma relativa constância, os textos são diagramados simetricamente em quatro colunas, com margens pouco generosas. O uso das fotografias e ilustrações são fundamentais para o projeto e a proposta da revista. Por isto, percebemos um cuidado especial, assim como uma seleção e montagem com ritmo peculiar, conforme evidenciam as Figuras 3 e 4.

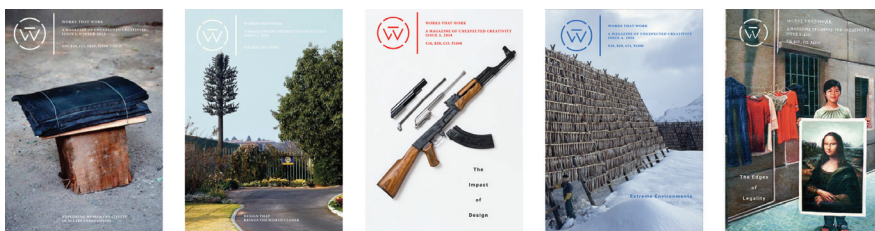


Figura 3 – Capas ilustrativas da WTW. Da esquerda para a direita, edições de número 1, 2, 3, 4, 5.

Fonte: WORKS THAT WORK, 2018⁴



Figura 4 – Páginas internas da WTW. Da esquerda para a direita, páginas 16 e 17; 46 e 47; 58 e 59; 82 e 83 (edição de número 4).

Fonte: WORKS THAT WORK, 2018⁵

4. Disponível em: <www.worksthatwork.com/>. Acesso em: 01 jul. 2018.

5. Disponível em: <www.worksthatwork.com/blog/4>. Acesso em: 01 jul. 2018.

Cada edição da revista possui um tema. A primeira (inverno/2013), por exemplo, trabalha “Explorando a criatividade humana em todas as suas expressões”; a segunda (2013) aborda o “Design que aproxima o mundo”; a terceira (primavera/2014) analisa “O impacto do design”; a quarta (outono/2014) trata dos “Ambientes extremos”; a quinta (primavera/2015) discute “As fronteiras da legalidade”⁶.

Atrai a atenção uma série de mecanismos que a revista vem experimentando para otimizar a distribuição e o consumo. Pelo fato de ser uma publicação independente, sem nenhum financiamento externo, e com uma quantidade irrelevante de anúncios, *WTW* se fia na contribuição dos leitores. A denominada “distribuição social” é o mecanismo que vem sendo testado para colocar a revista no mercado sem, necessariamente, passar por um intermediário. O assinante é estimulado a contribuir com a divulgação e distribuição dos exemplares. Há diversos mecanismos para participar da “distribuição social”. Desde permitir a “carona” de alguns exemplares na própria bagagem para reduzir o custo logístico, passando por clubes de leitura, até incitando os leitores a comprarem sete ou mais exemplares pela metade do preço para divulgar para amigos e parceiros. É estimulante, fascinante e inspirador acompanhar, conhecer e aprender sobre todos os bastidores de produção e divulgação. O comportamento é extremamente franco e transparente, assim como a comunicação que vem sendo estabelecida entre revista e seus leitores.

Quanto à presença online da *WTW* percebemos um esforço para explorar muito daquilo que a tecnologia oferece. O site se propõe a ser um portal, uma ramificação interdependente da revista. Em uma das postagens no blog⁷, por exemplo, o editor justifica o motivo pelo qual o acabamento das primeiras edições da *WTW* foi realizado com grampeamento a cavalo e não com a muito mais charmosa lombada quadrada, em *hot melt*. Com argumentação consistente, ele justifica a escolha, defende que a publicação foi pensada para ser lida com apenas uma das mãos, faz uma técnica e detalhada comparação entre os acabamentos e ainda ilustra toda a discussão em

6. No original, respectivamente: Exploring Human Creativity in all its Expressions; Design that Brings the World Closer; The Impact of Design; Extreme Environments, The Edges of Legality.

7. Disponível em: <www.worksthatwork.com/blog/binding>. Acesso em: 01 jul. 2018.

um vídeo demonstrativo!

A versão digital da revista, propriamente dita, é disponibilizada em três formatos: pdf, mobi e epub. Ela pode ser adquirida independentemente da versão impressa, pela metade do preço. Para uma situação, por exemplo, em que uma das edições impressas se esgota é interessante o acesso à versão eletrônica. Ao menos no formato pdf degustamos um mínimo da estratégia utilizada pelo designer, além do acesso ao conteúdo (palavras e imagens). Agora, se analisarmos a experiência de leitura entre o digital e impresso, seja no dispositivo móvel ou no desktop, temos a impressão de que ainda estamos na primeira infância de um produto editorial digital. Há um longo caminho a percorrer. Podemos afirmar que, atualmente, temos muito mais uma revista digitalizada do que, propriamente, um projeto específico para a edição eletrônica.

R de Revista: por um design enquanto experiência

Kenya Hara costuma utilizar uma metáfora para reflexão: qual seria a fronteira que separa um prato raso de uma tigela um pouco profunda, ou de uma tigela mais profunda e um copo? Ao processo de aprofundar o conhecimento nestas fronteiras, Hara (2011) denomina *Exformation* [*Exformation*]. É justamente o processo de tornar o conhecido desconhecido. O contrário da informação. Podemos extrapolar o entendimento e estabelecer um vínculo com a interdisciplinaridade. É ali, no ambiente de fronteira, que ela se torna fundamental e “visível”.

Poucos artefatos possuem a capacidade de agrupar temáticas tão completamente díspares e, ainda sim, preservarem uma identidade e um sentido que lhes são próprios. As revistas, de modo geral, conservam esta característica. Recorremos a Rafael Cardoso (1998) para fazer uso, aqui, dos conceitos de artefato que auxiliam em nossa reflexão.

[...] acho que quase todos concordariam que o design se encaixa em um fenômeno humano bem mais abrangente: o processo de projetar e de fabricar objetos. Do ponto de vista antropológico, o design é uma entre diversas atividades projetuais, tais quais as artes, o artesanato, a arquitetura, a engenharia e outras que visam a objetivação no seu sentido estrito, ou seja, dar existência concreta e autônoma a ideias abstratas e subjetivas. Mais correta do

que ‘objeto’, no contexto atual, seria a palavra ‘artefato’, a qual se refere especificamente aos objetos produzidos pelo trabalho humano, em contraposição aos objetos naturais ou acidentais. Generalizando a partir do artefato individual para o conjunto de artefatos produzidos e usados por um determinado grupo ou por uma determinada sociedade, chegamos ao conceito de ‘cultura material’, termo que tem a sua origem na etnologia e no estudo dos artefatos de povos considerados ‘primitivos’ pelos seus colonizadores europeus. Hoje, porém, esse conceito ganhou uma dimensão mais ampla e podemos falar da cultura material da nossa própria sociedade como uma maneira de entender melhor os artefatos que produzimos e consumimos, bem como a maneira em que estes se encaixam em sistemas simbólicos e ideológicos mais amplos. (CARDOSO, 1998, p. 19).

Em uma revista – um artefato, portanto – não é descabido toparmos com o cotidiano dos moradores da famigerada Torre de David, em Caracas, e na sequência descobriremos como tem sido o processo de construção da identidade visual do Sudão do Sul. Algumas páginas adiante, viajamos para bem mais longe para entendermos a quantas anda o programa de exploração do planeta Marte. Mais do que discutir os artigos da *WTW*, nos interessa aqui perceber todos estes vestígios como aquilo que somos enquanto coletividade. E problematizar de que maneiras as tessituras que perpassam por todos estes temas nos constituem – e nos constroem – enquanto seres humanos conscientes e críticos. Para Margolin (2014), a consciência de como os artefatos contribuem para a experiência pessoal nos municiará para projetar de modo mais atento e decisivo e, concomitantemente, melhorar a qualidade de nossas vidas.

Nas revistas, a leitura tende a ser descontinuada, não linear. Encontra unidade em meio à diferença. Assim como dicionários, bíblias, enciclopédias, as revistas permitem imersão de uma hora, fôlego suficiente para um ensaio ou um artigo, mas que pode permanecer em certo sentido para toda a vida.

Segundo o filósofo Renato Janine Ribeiro (2014), a cultura é “indutora de liberdade”. Mais ainda, é uma espécie de “educação fora de ordem, livre e bagunçada”. Os artefatos podem nos abrir para experiências com as quais nunca pudemos sonhar.

A experiência existe na consciência do indivíduo em consequência da sua interação com um produto. Dessa forma, dois indivíduos não terão uma experiência idêntica. Cada pessoa trará diferentes condições internas para uma situação de utilização e com isso atribuirá a sua interação com o produto um significado que pertence apenas a si mesma. (MARGOLIN, 2014, p. 62).

Reside aqui a função sociocultural do design gráfico. Para além da relevância econômica e estética dentro da sociedade de consumo, o design deve carregar em si um propósito sociocultural. Cada artefato bem projetado dispõe de um arsenal de significações que não lhes são, necessariamente, inerentes. Assim, *serrote* e *WTW*, cada uma a seu modo, apresentam-se diferenciadamente das revistas culturais disponíveis no mercado editorial, propondo-se, ambas, a abrir cabeças de leitores através de suas criatividades inesperadas. Ambas na vanguarda da oferta de enriquecimento e mudanças culturais aos seus leitores.

A relação que estabelecemos é transitiva: o design exerce um papel sobre a cultura. A cultura influencia o indivíduo. Logo, o design – na figura do designer – tem um papel social fundamental. Não pode, por isso, se furtar da responsabilidade de desenvolver e fortalecer uma sociedade livre, com indivíduos autônomos e críticos.

Ainda hoje, é muito ignorada e pouco discutida a maneira pela qual as culturas material e imaterial contribuem para o modo como experienciamos o mundo. O artefato traz consigo, por assim dizer, tudo aquilo que vivemos, e influencia, de alguma maneira, o devir. Como afirma Margolin (2014, p. 70), “desde que admitamos a relação inextricável entre a qualidade dos produtos e o modo como vivenciamos o mundo, percebemos o quanto há a aprender sobre o modo como os produtos influenciam nossa vida”.

Para avançar na questão de como os produtos contribuem para a experiência humana, é necessário considerar a esfera social mais ampla na qual eles existem. Cunhei o termo entorno do produto para caracterizar o agregado de produtos materiais e imateriais, incluindo objetos, imagens, sistemas e serviços, que preenchem o mundo vivido. Esse entorno é vasto e difuso, mais fluido do que fixo. Está sempre presente física e psicologicamente e consiste em todos os recursos que os indivíduos utilizam a fim de viver suas vidas.

Cada um dos produtos no mundo vivido tem a própria história. Suas vidas cobrem diferentes durações, já que as transformações no entorno ocorrem em ritmos variáveis em diferentes campos de produtos. (MARGOLIN, 2014, p. 3).

Cardoso (2011), na introdução de *Design para um mundo complexo*, aborda a transitoriedade da significação de um artefato. Mais do que entender que a nossa percepção é construída de acordo com contextos complexos – social, cultural, econômico, histórico, etc. –, a importância da discussão reside na práxis em que se funda o propósito, digamos, político do design gráfico. Afinal, o potencial latente do design gráfico se dá a partir dos estímulos de percepção, interpretação e reação aos quais submete os indivíduos cotidianamente.

O desenvolvimento dos artefatos “é antes uma combinação entre experiência e técnica do que a técnica por si só” (MARGOLIN, 2014, p. 72). Nos interessa, aqui, explorar a dimensão experiencial, reflexiva, que uma publicação periódica pode suscitar. Os designers gráficos seriam, segundo Moles (1989), uma espécie de engenheiros dos signos, aqueles que projetam os aspectos simbólicos do ambiente para nos preparar para a ação real. O bom design deve percorrer a trajetória de transformar a visibilidade em legibilidade e, conseqüentemente, em inteligibilidade. “A função do designer é aumentar a legibilidade do mundo. O mundo é um labirinto a ser desvendado, um texto a ser decifrado. Cada indivíduo o examina na medida em que a vida se desenrola” (MOLES, 1989, p. 129, tradução nossa)⁸.

Insistiremos, portanto, na ideia de que o projeto de design de um produto editorial pode instaurar uma discursividade. O leitor, em um movimento especular, se converte em formulador. Aqui, o termo reflexividade cabe muito bem: a apropriação do discurso potencializado pelo design gráfico possui natureza de mão dupla: tanto de apreender, reconhecer, internalizar e conscientizar quanto de propor ligações e conexões, propagar, partilhar saberes e sentidos.

8. No original: “The function of the designer is to increase the legibility of the world. The world is a labyrinth that must be unravelled, a text that must be deciphered. Each individual scrutinizes it as his life unfolds”.

A perfectibilidade do leitor

Bringhurst (2011) nos propõe uma comparação para explicar o motivo pelo qual os artefatos precisam ser bem projetados. Para ele, um ótimo trabalho de literatura merece uma acuidade tipográfica e produtiva, assim como um grande roteiro teatral ou uma grande peça musical merece uma ótima performance.

Na medida em que não temos – enquanto designers –, nos termos de Margolin, “nenhuma maneira sistemática de desenvolver um inventário de necessidades sociais” (2014, p.74) devemos organizar as ideias e buscar formas eficientes de expressão e diálogo com o indivíduo.

O papel é o berço da tinta. Ali há aconchego, abrigo, afagos, carícias. A aparente e enganadora fragilidade pode se perpetuar por milênios em uso respeitoso. Nós, leitores do mundo, devemos aprender a saborear, tal qual sinfonias, o sublime texto (palavras e imagens) sobre suporte material. O impresso desperta prazer tátil, prenhe de sensualidade. Prazer espiritual da leitura aliado ao prazer físico de tocar, sentir, acariciar. A leitura é uma experiência íntima e silenciosa. O design gráfico também nos lê. As revistas, assim como os livros, são muito maiores (literalmente ou não) por dentro do que por fora. Quando lemos *serrote*, nós a tensionamos. Quando folheamos *WTW*, também. Mas muito mais poderoso é o intencional que estas revistas nos causam como resposta.

Simmel (2014, p. 69–75), no ensaio *Ponte e Porta*, publicado na edição 17 de *serrote*, que faz jus à sua genialidade, discorre acerca da capacidade humana de vencer distâncias. Mais do que isso: da habilidade para produzir o “prodígio do caminho”. A ponte “liga coisas antes desvinculadas”. É, por assim dizer, uma expansão do nosso desejo para a conquista do espaço. A porta, por sua vez, “deixa a vida jorrar para fora, num sem-fim de caminhos e direções, além dos limites do ser-para-si isolado” (SIMMEL, 2014, p. 72). Há uma possível relação metafórica com o contexto sociocultural em que o design gráfico se insere. Ora ponte, ora porta, ou até mesmo a partir de uma paradoxal “ponte-porta”, o design gráfico é instrumento de conexão, além de possibilitar abrir perspectivas que ultrapassam as funções intrínsecas atribuídas aos artefatos.

Os produtos gráfico-editoriais forjam relações em um mundo complexo, com saberes difusos e esfacelados. As revistas têm muito uso a

fazer do design gráfico. E o designer gráfico deve manejar as ferramentas, promovendo experiências, com o perdão do duplo sentido, periódicas para o contínuo desenvolvimento do capital cultural humano. O desafio é confrontar o leitor *vis-à-vis* com si próprio e com o mundo. A tarefa não é simples, mas pode estar ao alcance das nossas mãos, se, por sua vez, o designer gráfico colocar suas mãos à obra.

Referências

- BILAK, P. Binding Methods. *Works That Work*. Disponível em: <www.worksthatwork.com/blog/binding>. Acesso em: 01 jul. 2018.
- _____. An Issue of Firsts. *Works That Work*. Disponível em: <www.worksthatwork.com/blog/4>. Acesso em: 01 jul. 2018.
- BRINGHURST, R. *What is reading for?* New York: RIT Cary Graphic Arts Press, 2011.
- CARDOSO, R. *Design, cultura material e o fetichismo dos objetos*. Arcos Volume 1, Número Único, 1998.
- _____. *Design para um mundo complexo*. São Paulo: Cosac Naify, 2011.
- CLDT. 2018. [Site]. Disponível em: <www.cldt.com.br>. Acesso em: 01 jul. 2018.
- HALL, S. The centrality of culture: notes on the cultural revolutions of our time. In Thompson, K. (ed.). *Media and Cultural Regulation*. London: Thousand Oaks, 1997.
- HARA, K. *Designing Design*. Baden: Lars Müller Publishers, 2011.
- LÉVY, P. *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- MARGOLIN, V. *Políticas do artificial: ensaios e estudos sobre design*. Rio de Janeiro: Record, 2014.
- MOLES, A. The Legibility of the World: A Project of Graphic Design. In Margolin, V. *Design Discourse: history, theory, criticism*. Chicago: The University of Chicago Press, 1989.
- RIBEIRO, R. (2014). A inclusão social pela cultura. *Jornal Valor Econômico*. Disponível em: <www.valor.com.br/politica/3424380/inclusao-social-pela-cultura>. Acesso em: 01 jul. 2018.
- SERROTE. Carta dos Editores. *serrote*, n. 1, março, p. 5, 2009.
- _____. São Paulo, SP: Instituto Moreira Salles, 2009. Triannual. Disponível em: <www.revistaserrote.com.br>. Acesso em: 01 jul. 2018.
- SIMMEL, G. Ponte e porta. *serrote*, n. 17, p. 69–75, julho, 2014.

WILLIAMS, R. *Keywords: A vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford University Press, 2015.

WORKS THAT WORK. Holanda: Typotheque, 2013. Bianual. Disponível em: <www.worksthatwork.com>. Acesso em: 01 jul. 2018.

III Editoras e edição

CAPÍTULO 9

A diferença em presença: o livro bilíngue

DOROTHÉE DE BRUCHARD

“ABRIR, NO NÍVEL DA ESCRITA, UMA CERTA RELAÇÃO COM O OUTRO”.
(ANTOINE BERMAN)¹

Uma obra traduzida sempre representa um gesto em direção ao outro, o esforço empreendido por determinada cultura para expandir a si mesma, estender seus limites no contato com o estrangeiro. “A tradução é, em essência, abertura, diálogo, mestiçagem, descentramento”, diz Antoine Berman, que acrescenta: é “fecundar o Próprio pela mediação do Estrangeiro” (BERMAN, 1984, p. 16, tradução nossa)². Porque só tem a ganhar e crescer uma língua-literatura que se expõe ao contato com outra, incontornável é a presença das obras traduzidas no cânone literário de uma cultura que se quer viva e forte, e aspira ao universal.

É próprio de toda relação humana, porém, que o irresistível impulso em direção a um “estrangeiro” que atrai e fascina também traga em si a rejeição, instintiva, pelo não-eu que assusta e perturba; que o mesmo gesto que busca o desconhecido e busca trazê-lo para si, também trate de o desconhecer, reduzir, sujeitar.

1. No original: “*Ouvrir au niveau de l’écrit un certain rapport à l’Autre*.” (BERMAN, 1984, p. 16)

2. No original: “*L’essence de la traduction est d’être ouverture, dialogue, métissage, décentrement*”.

“...*féconder le Propre par la médiation de l’Étranger*”.

Esta atávica dissensão que, desde Babel, rege nosso contato com o outro, não deixa de se manifestar na tradução, e na edição como um todo: a mediação entre um texto e seu leitor, ao mesmo tempo em que abre o leitor para o novo, o desconhecido, também cuida, inevitavelmente, de adequar o novo ao seu horizonte conhecido. Observa-se, assim, na translação de uma obra, a tendência – universal, mesmo com variações de tom e intensidade – de aparar as arestas da diferença para que essa obra possa ser melhor absorvida pela cultura que a recebe. Do texto traduzido espera-se que seja tão fluidamente legível como aquele originalmente escrito em língua nativa, e, quando toma forma num livro, não costuma se diferenciar dos nacionais – nada em seu formato, tipografia, estrutura, dá relevo à estrangeiridade, que às vezes só se percebe pela menção ao título original junto ao copyright e pelo crédito ao tradutor. Afinal, como bem observa Hewson Lance, é razão de ser do texto traduzido “ocupar seu lugar em meio à vasta produção de textos da segunda língua-cultura, até finalmente não se distinguir dos demais textos e se tornar parte das obras – talvez até dos clássicos – disponíveis nessa língua.” (LANCE, 1993, p. 155, tradução nossa)³.

Porque lhe cabe mesclar-se à literatura nacional para revitalizá-la com novos gêneros e estilos, é inevitável a obra traduzida se deixar assimilar, absorver pelo cânone nativo a ponto de eventualmente ser esquecida a sua origem estrangeira – quantos leitores não ignoram, mundo afora, que Pinóquio é italiano, Gulliver, irlandês, e o lobo e o cordeiro da fábula, gregos? Na exata proporção em que, vencendo fronteiras, perpetua-o para um mais vasto público em diferentes línguas e culturas, o texto traduzido, no que se substitui ao seu original, contribui paradoxalmente para ocultá-lo, camuflá-lo, transformá-lo numa espécie de vaga entidade abstrata.

Do desejo-necessidade de reafirmar os laços com o estrangeiro, revitalizando o fluxo das trocas, é que surge a edição bilíngue – momento em que, o texto original, resgatado em sua alteridade, se faz presente no objeto livro e é re-conhecido enquanto outro.

3. No original: “...takes its place among the vast production of texts in the second language-culture, finally to be indistinguishable from other texts and to become part of the work – perhaps even the classics – available in that language.”

O livro bilíngue na história

Não por acaso, a edição bilíngue se inscreve de fato na história do livro a partir do Renascimento, um período de extraordinária abertura para o novo, o desconhecido, num mundo que se descobria em constante expansão e mutação.

É certo que documentos bilíngues, se não trilíngues ou multilíngues, existiam desde os tempos mais remotos da escrita, não raro associados às conquistas territoriais, à sujeição de um povo por outro. Léxicos acadiano/sumeriano, por exemplo, datados de 2.400 a.C., testemunham o processo da dominação suméria pelos acádios, ao passo que a inscrição de Behistun (c. 515 a.C.) relata, gravada numa rocha em três diferentes línguas e escritas (persa antigo, elamita, acadiano), a ascensão ao poder de Dario I, rei da Pérsia (CAMPOS, 1994). Quanto ao livro bilíngue propriamente dito, surgiria por volta do século IV, junto com o advento do códice, no momento em que se iniciava, concomitantemente, a expansão do Cristianismo. Mas, embora se adequasse naturalmente à difusão da Palavra a todos os povos – sendo o próprio corpus da Palavra bilíngue, com o Antigo Testamento em hebraico, e o Novo, em grego – teve pouca expressão no período medieval, quando, sob a égide centralizadora da Igreja, instituiu-se o latim como língua única do culto e do saber.

Só se faria efetivamente presente a partir da Renascença, quando o livro, antes objeto sagrado e prerrogativa de uma elite, tornava-se símbolo de conhecimento para um público leitor cada vez mais amplo. Assistia-se então, em clima de extraordinária efervescência cultural, artística e científica, a um inédito interesse por culturas histórica e geograficamente distantes – ao mesmo tempo em que se constituíam, justamente, os diversos Estados nacionais europeus, e se afirmavam as línguas vernáculas em relação ao latim.

Como a ilustrar que a construção do próprio passa necessariamente pelo reconhecimento do outro, cresce em importância, nesse cenário, o aprendizado de línguas estrangeiras, antigas e modernas. Datam dessa época os primeiros grandes dicionários bilíngues (Figura 1), os tratados sobre as línguas e manuais didáticos para seu ensino (SCHUWER, 2002), além de imensa quantidade de traduções – o que não pouco contribuiu, naqueles primórdios da imprensa, para consolidar o negócio do livro (FEBVRE; MARTIN, 1992).

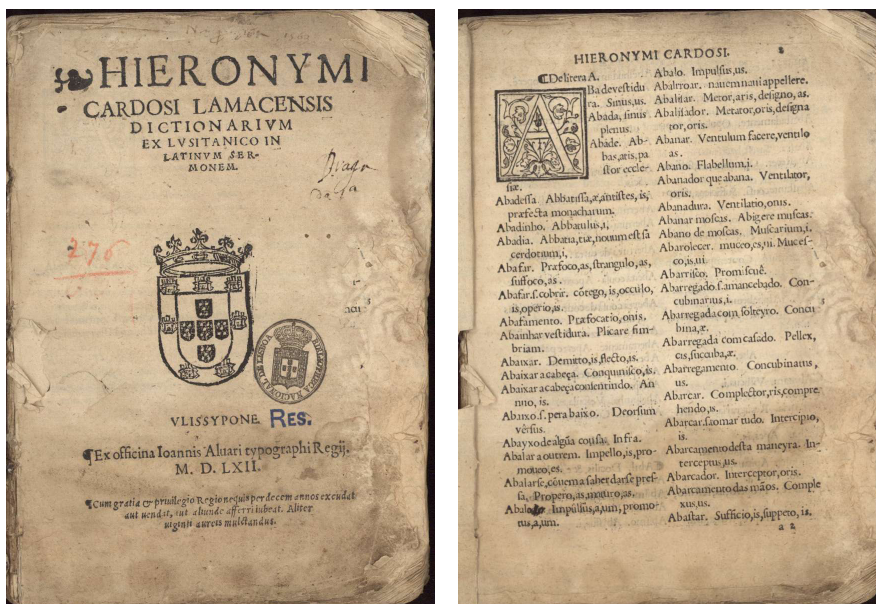


Figura 1 - Folha de rosto e página inicial do *Dictionarium ex Lusitanico in latinum sermonem*, primeiro dicionário português/latim com o qual Jerónimo Cardoso (1508-1569), autor de vários outros trabalhos nessa área, inaugurava lexicografia portuguesa.

Fonte: CARDOSO, 1562 [Acervo Biblioteca Nacional de Portugal]

Multiplicavam-se, além disso, edições bilíngues de obras de todo gênero. Clássicos da Antiguidade, principalmente (com destaque para Homero e Eurípedes em versão greco-latina), mas também os frutos das incipientes literaturas vernáculas. Fizeram imenso sucesso, por exemplo, os romances sentimentais do escritor e diplomata espanhol Juan de Flores (c. 1455- c. 1525) que circularam, traduzidos, em francês, inglês, italiano e, bilíngues, em diferentes pares de idiomas.

Nesse momento em que se firmava a consciência nacional dos vários povos europeus, a edição bilíngue, enquanto expressava a elaboração de uma identidade própria indissociável do reconhecimento do estrangeiro, contribuiu igualmente para preservar a unidade de uma cultura comum europeia. Exemplo disso são as publicações relacionadas às diversas áreas da ciência, cujos extraordinários avanços nessa época importava difundir e aprender em diferentes idiomas. Como o latim permanecesse a língua

“oficial” do saber, a única apta a dar legitimidade a qualquer texto científico, as inúmeras obras de arquitetura, botânica, medicina, etc., que então se publicaram tinham, não raro, forma bilíngue ou multilíngue (SCHUWER, 2002). Uma prática que, se favoreceu a fixação da terminologia científica nas diferentes línguas vernáculas, também preservou, pela fonte comum latina, uma unidade vital para a continuidade das trocas⁴.

Passado um milênio desde o advento do cristianismo, estudo e conhecimento deixavam assim o claustro dos mosteiros, e a palavra escrita, da leitura à produção dos textos, punha-se a serviço de um indivíduo ansioso por se situar num mundo novo, multifacetado, e assumir as rédeas de sua história. Entretanto, o pleno acesso ao saber acumulado desde a Antiguidade exigia dos humanistas, antes de mais nada, remontar às fontes e se reapropriar dos textos, sagrados ou clássicos, a que até então só se tinha acesso pela mediação tendenciosa da Igreja.

Nesse espírito é que Erasmo lançava, em 1516, em formato bilíngue, sua tradução latina do Novo Testamento (Figura 2) com a expressa intenção de apontar e corrigir equívocos que observara na Vulgata – a tradução da Bíblia realizada por Jerônimo no século IV e tida desde então como versão oficial da Igreja (BALLARD, 1992). Não à toa, seu *Novum Instrumentum* causou, na época, uma autêntica comoção.

4. Essas publicações decerto apresentavam também uma óbvia vantagem de ordem comercial para os impressores. Sendo, de modo geral, obras fartamente ilustradas, os textos em mais de uma língua permitiam difundir, a custos proporcionalmente reduzidos, um mesmo conteúdo para um mais largo público e em escala internacional. Uma estratégia adotada ainda hoje para produzir, não raro em coedições binacionais, livros ilustrados e mais luxuosos como, por exemplo, catálogos de exposições.



Figura 2 – *Novum Instrumentum*, de Erasmo, abertura do Evangelho de Mateus
 Fonte: ERASMO, 1516, p. 31 [Acervo Universitäts-Bibliothek Basel.

Diz Certeau que a modernidade se forma pela paulatina percepção de “que a Palavra divina não se ouve mais, que ela foi alterada nas corrupções do texto e nos avatares da história”, que desapareceram os lugares que ela fundava e as identidades que ela oferecia. É quando, “pelo fato de perder seu lugar, o indivíduo nasce como *sujeito*”. “A escrita não é mais o que fala, mas o que se fabrica”, e torna-se “produção indefinida de uma identidade mantida por um *fazer*.” (CERTEAU, 1998, p. 228-229).

Vista por este prisma, a iniciativa de Erasmo constitui exemplo emblemático⁵ na medida em que, além de propor uma nova tradução do Novo Testamento, apresentava-a lado a lado com seu original grego: tornava assim visível o processo de mediação, e revelava a (re)escrita enquanto um *fazer*.

Se o fazer tradutório tende comumente a passar despercebido é, em parte, porque o texto traduzido, apresentado em lugar do original, acaba por assumir ares de texto independente, relegando para a invisibilidade a ação do mediador. Uma invisibilidade que, paradoxalmente, concede ao tradutor – único a ter acesso ao texto primeiro, detentor exclusivo de informações vedadas ao leitor – uma liberdade de recriação muito próxima da liberdade autoral. Sua necessária interpretação do original não sendo nunca declarada ou argumentada (salvo em eventuais notas de rodapé), suas escolhas, não percebidas, se apresentam como naturalmente dadas.

Na edição bilíngue, o texto traduzido se mostra, se reivindica enquanto tal, como um texto à parte, independente, mas indissociável daquele que lhe deu origem. E o tradutor, antes oculto reescritor de um texto ausente, se mostra plena e efetivamente em seu papel de mediador. Em presença do original se faz visível sua ação, e se revelam, linha por linha, suas interpretações, escolhas e estratégias no lidar com as diferenças entre as línguas. Eventuais alterações, incompreensões, censuras, “correções”, são agora expostas à apreciação do leitor, o qual, por mínima que seja sua familiaridade com a língua outra, é irresistivelmente chamado a cotejar os dois

5. Embora pioneira, essa iniciativa de Erasmo estava longe de ser isolada. No mesmo período tomava forma, na Universidade de Alcalá, Espanha, idealizado pelo Cardeal Cisneros e sob coordenação de Diego Lopez de Zúñiga, um projeto de bem maior fôlego: a Bíblia poliglota (latim, hebraico, aramaico, grego) cujos 6 volumes terminaram de se publicar em 1520. Bíblias políglotas também seriam produzidas em Antuérpia pelo impressor Cristophe Plantin, 1569-1572, em Paris (1645) e em Londres (1654-1657).

textos, a validar ou não as escolhas do tradutor, e a cogitar suas próprias alternativas.

O leitor de Erasmo, não mais ouvinte passivo de uma Palavra tida desde séculos como verdade imanente e absoluta, percebia então o texto traduzido como sendo apenas *uma* entre muitas traduções possíveis. E descobria a si mesmo como *sujeito* de uma leitura também percebida como um *fazer*. Considerando-se que a tradução era então origem e horizonte de toda escrita, e que ler significava, mais que nada, ler uma obra traduzida (BERMAN, 1988), vislumbra-se o tanto que a edição bilíngue pôde contribuir para a formação do leitor moderno, crítico e autônomo.

Assim é que, surgida como ferramenta de apoio ao ensino e aprendizado de um idioma, a edição bilíngue vinha de fato expressar, na aurora da modernidade e no âmbito do livro impresso, a interação com o estrangeiro enquanto fator integrante (e integrador) da elaboração de identidades culturais. E ao revelar essa relação enquanto um fazer, um incessante processo, vinha transtornar a própria relação com o texto escrito – da edição à leitura.

Funções essas que segue exercendo passados cinco séculos, durante os quais viu se transformarem as interações entre os povos e a própria noção de estrangeiro, se amoldou a novas demandas editoriais à medida que se expandiam e diversificavam tanto o público leitor quanto o espectro das obras publicadas. A partir do Oitocentos, por exemplo, passava a abrigar formas mais primitivas das línguas vernáculas, tornadas “estrangeiras” pelo correr do tempo e, ajudando a preservar a memória linguística de um povo, oferecer textos fundadores das literaturas nacionais como *Beowulf* ou *Le Roman de Renart*, em versão *old english/modern english* ou *ancien français/français moderne*.

Desde o final do século XX, na esteira das profundas mudanças introduzidas nos modos de produção, difusão e leitura dos textos pelas novas tecnologias, o livro bilíngue vem se redescobrando em novos suportes, conquistando novos espaços, encontrando novas relevâncias num mundo em que se intensificam, em todos os níveis, as relações entre os povos. Um mundo em que cresce cada vez mais o interesse por línguas estrangeiras, em especial essas que se impõem como línguas comuns de troca – o inglês, em primeiro lugar. Em meio a uma crescente diversificação dos pares de idiomas contemplados, no entanto, até mesmo línguas de culturas

distantes, antes tidas como exóticas e pouco estudadas, vêm conquistando um lugar em publicações que aproximam, inclusive, algumas de diferentes grafias, como português e chinês, ou russo e norueguês.

Observa-se, por outro lado, que a edição de livros bilíngues tem se voltado cada vez mais para o público infantojuvenil, para uma faixa etária cada vez mais jovem (bebês incluídos!), encontrando no segmento paradiático um espaço cativo. Uma tendência que se deve, em larga medida, ao fato de o aprendizado de um idioma estrangeiro ser hoje item de primeira necessidade na educação para um mundo globalizado. Mas não só: mais que auxiliar no aprendizado de uma língua, o livro bilíngue, no que põe o estrangeiro em presença, é um convite ao exercício da diferença. E nesses tempos de massificação planetária, quando o convívio com a diferença se torna uma questão crucial em mais de um aspecto, representa potencialmente, na formação do jovem leitor, um meio privilegiado de educação para um mundo plural.

O livro bilíngue infantojuvenil

A língua do outro.

O editor de livros bilíngues voltados para o ensino de idiomas naturalmente se depara, já desde a escolha do texto a publicar, com desafios específicos impostos pela convivência, nas mesmas páginas, de duas línguas distintas (quando não de distintos sistemas de escrita). É fato sabido que, tendo cada língua o seu modo próprio e intransferível de unir o espírito e a letra, aquilo que diz e a forma como diz, não há como um texto traduzido equivaler, palavra por palavra, ao seu original – sem falar nas inevitáveis “incompatibilidades” ou “intraduzibilidades” entre as línguas, que a tradução procura contornar e que a edição bilíngue, justamente, faz por ressaltar. Como, então, apresentar lado a lado os dois textos, de forma a que um se deixe apreender pelo outro?

Eixo central da tarefa do tradutor, o desafio imposto pela dissimilaridade entre as línguas mobiliza, aqui, os vários atores da edição na concepção de um projeto articulado que, da apresentação gráfica a eventuais paratextos de apoio – notas, glossários, suplementos gramaticais... – possa melhor aproximar os dois textos e sustentar o aprendizado do leitor. Onde se percebe que o livro bilíngue, no que requer uma série de escolhas

e medidas precisas para efetuar a inclusão do texto original, traz visibilidade não só ao fazer tradutório, mas à ação editorial como um todo.

Cabe mencionar, neste sentido, uma coleção publicada pela francesa Hachette de meados do século XIX até 1920, em que autores clássicos (latinos, gregos, árabes...) eram “explicados segundo um novo método por duas traduções francesas”, como anunciava o mote (tradução nossa) que identificava a coleção e constava na folha de rosto de todo título publicado. Cada volume oferecia, desta forma, duas traduções de um mesmo original: enquanto uma, *literal*, fiel à *letra* palavra por palavra, resultava num texto de difícil compreensão, a outra, fiel ao *espírito*, compunha um texto com sentido, mas em que se custava a perceber a correspondência com o original. Explicitando, assim, sem subterfúgios, a resistência de uma língua em se deixar transpor em outra, o editor propunha, no contato com a diferença, o caminho do maior esforço: a compreensão do texto estrangeiro, em sua forma e conteúdo, exigia o estudo e cotejo das duas diferentes traduções⁶.

Na edição bilíngue de paradidáticos infantojuvenis, o problema da irredutibilidade de uma língua em outra é ainda complicado pela necessidade de propor textos passíveis – em tema, gênero e conteúdo –, de motivar os jovens leitores. Para contornar essa múltipla dificuldade, muitos editores optam então pela produção própria de textos especialmente concebidos para seu público-alvo – textos inicialmente escritos em língua nativa e transpostos na língua outra, quer a posteriori, por um tradutor também nativo, quer concomitantemente, pelo próprio autor (não raro, um professor do idioma)⁷. Uma solução tangencial que oferece vantagens

6. No original: “...*expliqués d’après une méthode nouvelle par deux traductions françaises*”.

Ver, por exemplo, *Odes et Epodes*, de Horácio, organizada por “uma sociedade de professores e latinistas” (Paris: Hachette, 1847, vol. I). Disponível em: <<https://curtaiptv.top/grM3d>>. Acesso em: 4 mai. 2018. Nos títulos árabes, uma das traduções se apresentava em escrita árabe, e a outra, transcrita em caracteres ocidentais, como nas *Fábulas de Lockman*, organizadas por M. Cherbonneau (1846). Disponível em: <<https://goo.gl/5ALxTq>>. Acesso em: 4 mai. 2018. Exemplares avulsos da série, ainda muito procurada nos sebos, são hoje reimpressos sob demanda pela Hachette em parceria com a Bibliothèque nationale de France.

7. É o caso, entre outros exemplos brasileiros, da editora Kapulana em sua incipiente

evidentes, já que os mediadores, assumindo o total e simultâneo controle de ambos os textos, tanto podem conformá-los a conteúdos didáticos específicos, léxicos e gramaticais inclusive, como driblar situações tradutórias espinhosas.

No que pese a eventual qualidade ou eficácia pedagógica dessas iniciativas, porém, resultam daí estranhos livros bilíngues em que inexistem um texto original. O que existe é um original factício, inspirado em situações universais, desprovido de qualquer “estranheza” e, por aí mesmo, de qualquer densidade cultural – onde o estrangeiro, presença artificialmente criada, brilha pela ausência. Reduzido, ao fim e ao cabo, a uma espécie de artefato linguístico pronto para consumo⁸.

Outra alternativa, variação sobre o mesmo tema a que recorrem muitos editores, é a adaptação de obras clássicas (e em domínio público) ao interesse e nível linguístico dos leitores mirins. Essas adaptações, embora fatalmente esvaziem a narrativa de seu caráter propriamente literário, têm, quando menos, o mérito de vincular o ensino de idiomas a um propósito cultural mais amplo: “Servem como um primeiro contato, uma introdução ao universo desses textos – consagrados por séculos muitas vezes –, diminuindo distâncias e aproximando o livro dos jovens leitores”, argumenta a escritora Telma Guimarães (apud PLURICOM, 2015), responsável pela coleção BiClássicos da Editora do Brasil, especializada em livros didáticos e paradidáticos.

O catálogo da editora, no entanto, revela que a coleção, que propõe títulos como *Alice no país das maravilhas*, de Lewis Carroll, ou *Histórias assombrosas*, de Poe, se atém quase exclusivamente ao binômio portu-

série bilíngue português/inglês. Descrição da proposta disponível em: <<https://goo.gl/6uUHz>>. Acesso em: 4 mai. 2018.

8. Um exemplo extremo talvez seja a coleção, coproduzida por Redback Books e Bilingual Planet, que oferece em formato ePub títulos como *A vida de Cleópatra* ou *A história de Júlio César* em pares de línguas tão diversos como turco/espanhol, norueguês/francês, russo/inglês, italiano/português. Disponível em: <<https://goo.gl/UZbPem>>. Acesso em: 4 mai. 2018. A única constante, em todos os volumes, é a ilustração, sendo o nome da ilustradora o único referido nas páginas de crédito. Quanto aos textos, de que não são indicados nem o autor, nem os tradutores, e dos quais sequer se sabe qual é a língua original, apresentam (até onde fui capaz de observar) consideráveis variações de língua para língua.

guês/inglês, sendo *Dom Quixote*, de Cervantes, a honrosa exceção que contempla a língua castelhana⁹. Tal escolha se justifica, naturalmente, pela demanda do mercado – é afinal inevitável que a edição reproduza a hierarquia linguístico-econômica que rege as relações entre países e culturas. Só não se justifica face ao propósito declarado da editora, veiculado por sua assessoria de imprensa, de “apresentar clássicos da *literatura mundial*” (PLURICOM, 2015, grifo nosso). Mesmo porque essa sumária associação do patrimônio literário *mundial* às línguas privilegiadas pelos currículos escolares parece exigir da própria editora certos malabarismos.

9. Com um total de nove títulos, todos “adaptados em português e inglês” (ou espanhol) por Telma Guimarães, a Coleção BiClássicos compreende, além desses, dois volumes de contos de Edgar Allan Poe, *Histórias assombrosas* e *Contos de terror e mistério*, *Polyanna*, de Eleanor Porter, *O médico e o monstro*, de Robert Louis Stevenson, *As aventuras de Tom Sayer*, de Mark Twain e *A volta ao mundo em 80 dias*, de Júlio Verne. A editora também oferece uma Coleção BiClássicos Infantil, que traz histórias como *Chapeuzinho Vermelho* ou *Os três porquinhos*, das quais Telma Guimarães assume a *autoria* e a tradução. Cf. Guia de Literatura Infantil/Juvenil 2017/18. Disponível em: <<https://goo.gl/qDYk88>>. Acesso em: 4 mai. 2018.

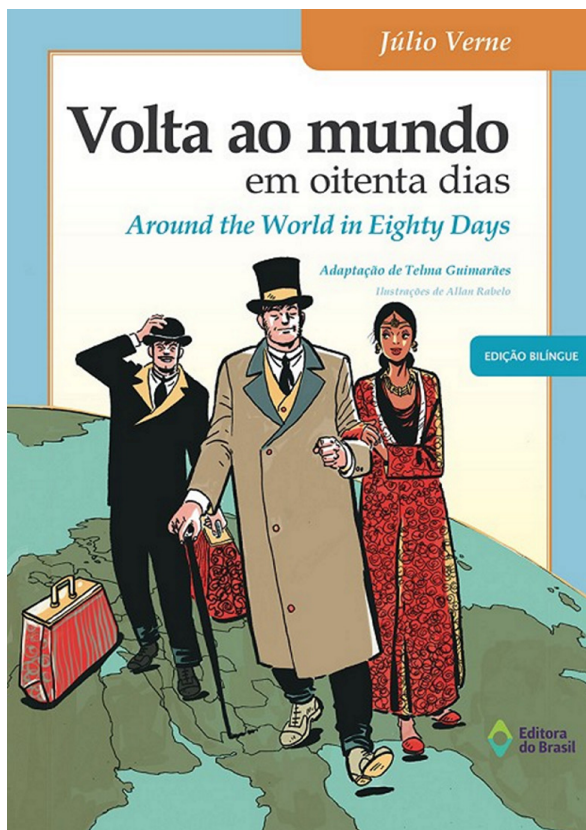


Figura 3 – Capa de *A volta ao mundo em oitenta dias*.
Fonte: VERNE, 2011.

Entre as narrativas em português/inglês também se encontra “encaixado”, espoliado de sua identidade francesa, *A volta ao mundo em oitenta dias*, de Jules Verne (Figura 3) – do qual se reconhece, aparentemente, o valor da história narrada, mas descarta-se, por inútil, o sistema cultural no qual ela se inscreve. Ocorre que essa negação da cultura francesa nisso que ela tem de mais próprio, a língua, não falha em banalizar também, por ricochete, as culturas britânica e estadunidense: nivelados pelo denominador comum da língua inglesa, Edgar Allan Poe, Lewis Carroll e Jules Verne resultam igualmente ignorados em sua singularidade. E assim, uma proposta editorial que afirma querer contribuir para a “formação cultural do jovem” (PLURICOM, 2015) sugere de fato a este jovem, em

última instância, uma relação com o Outro, com o estrangeiro, limitada a uma apropriação seletiva ditada pelo utilitarismo imediato.

O livro bilíngue com fins estritamente didáticos, quando se atém a uma espécie de “língua pela língua” dissociada da cultura que ela veicula e representa, quando oferece do estrangeiro uma imagem truncada por um interesse pontual, não está mais que negando, em suma, o Outro enquanto *outro*.

Negar o estrangeiro no próprio ato de apropriá-lo é uma das formas que pode assumir, num grupo social, uma relação imposta por contingências político-econômicas, quando o aprendizado de uma língua, mais que um passo em direção ao outro, é um meio de se adequar à sua presença obrigatória.

O encontro com a diferença.

Mas se é fato que a edição bilíngue deste início de século reproduz, como não poderia deixar de ser, uma global conformidade à hegemonia da língua inglesa, também não deixa de registrar, por outro lado, o impulso de afirmar, resgatar ou preservar, mundo afora, línguas minoritárias ou dialetos regionais mal conhecidos, pouco difundidos, às vezes ameaçados de desaparecimento – como bem atesta o número crescente de publicações em inglês/galês, francês/bretão ou castelhano/quíchua, por exemplo.

No Brasil, onde a chamada literatura indígena tem conquistado maior visibilidade graças, em parte, a recente legislação¹⁰ visando à inclusão das culturas minoritárias, ainda são poucas, contudo, as obras publicadas em forma bilíngue. No setor infantojuvenil, um dos raros exemplos é *Massacre indígena guarani / Jurua reve nhande kuery jogueroà ague*, em que Luiz Karai (2006) narra os desastrosos efeitos da chegada do homem branco numa aldeia indígena, segundo a versão recontada há mais de século pelo povo Guarani e que lhe foi transmitida, em guarani, por sua avó.

Essencialmente voltada para a divulgação da memória, valores e mundivisão dos povos indígenas, essa literatura é naturalmente marcada pela reivindicação identitária e pela resistência face aos *juruás*, “que continuam

10. Notadamente a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (9.394/1996) que institui a oferta de uma educação bilíngue e intercultural como dever do Estado, e a Lei 11.645, de 10 de março de 2008, que torna obrigatório o ensino das culturas afro-brasileira e indígena nos ensinos fundamental e médio.

forçando para que nos aculturemos cada vez mais, esquecendo a nossa identidade”, como denuncia Karai Tataendy (Adão Antunes), das aldeias catarienses Morro dos Cavalos e Massiambu (apud BOND, 2008). Num gesto de afirmação e resistência, aliás, é que povos de tradição eminentemente oral se dispõem a registrar suas narrativas seculares por escrito, e em língua portuguesa: só assim logram legitimá-las perante a cultura branca dominante.

Mas trazer seus contos e lendas de tradição oral para o âmbito da *literatura* (do latim, arte de escrever) também é oportunidade, para os povos indígenas, de se reapropriarem de suas narrativas ancestrais, dando nome, autoria e pertencimento a histórias que, em cinco séculos de dominação, foram em boa parte absorvidas pela cultura branca – qual obras estrangeiras traduzidas –, a ponto de se tornarem “lendas brasileiras”.

Inversa e curiosamente, porém, assim que acedem, pela língua portuguesa escrita, ao status de literatura, passam a ser identificadas como “literatura indígena”, expressão impregnada de estrangeiridade (também dizemos “literatura hispânica”, “africana”, “nórdica”...). E rejeitada, por isso mesmo, pelo escritor Olívio Jekupé¹¹:

Sim, eu me intitulo como escritor de literatura nativa [...] porque comecei a refletir que nossa escrita vem direto de nós, do pensamento do nosso povo, e não de ideias de fora. Por isso, se nós somos um povo nativo, então nossa literatura tem que ser nativa também. (LESSA; RAMOS, 2013, p. 32).

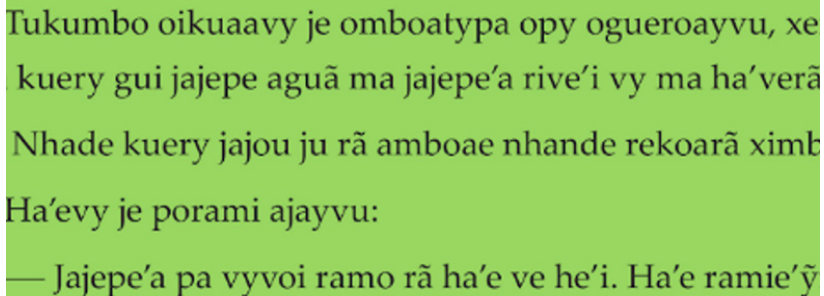
Essa ambígua (para dizer o mínimo) condição dos povos indígenas na sociedade brasileira – em que nativo se faz sinônimo de estrangeiro, e integração se confunde com uma assimilação sinônima de exclusão – não deixa, por um lado, de se confirmar e perpetuar nas edições monolíngues.

Não que a ninguém ocorra negar o valor e importância dessas produções, incontornáveis para que a literatura nativa ocupe o espaço que lhe cabe nas letras brasileiras, e no mercado editorial. Mas certo é que, na medida em que limitam este espaço à língua portuguesa dominante, falham em incluir isso que historicamente sempre se fez por excluir: a identidade cultural dos povos originários.

11. Autor, entre outros infantojuvenis, de dois títulos em formato bilíngue português/guarani: *Ajuda do Saci* (2006) e *A mulher que virou Urutau* (2011), ambos pela DCL.

Ao passo que, como observa Christiane Perregaux a respeito de edições bilíngues envolvendo línguas minoritárias, “postas lado a lado, as línguas de uns e de outros logram essa mesma dignidade de figurar num livro, de oferecer uma abertura cultural que a oralidade propõe e o livro legitima, numa sociedade do escrito.” (PERREGAUX, 2009, p. 134, tradução nossa)¹²

Em *Massacre indígena guarani*, o relato de um autor indígena fiel à versão de seu povo alcança seu pleno significado quando a língua guarani – e através dela, todos os seus falantes – se faz visualmente presente.



Tukumbo oikuaavy je omboatypa opy ogueroavy, xe
 kuery gui jajepe aguã ma jajepe'a rive'i vy ma ha'verã
 Nhade kuery jajou ju rã amboae nhande rekoarã ximb
 Ha'evy je porami ajavy:
 — Jajepe'a pa vyvoi ramo rã ha'e ve he'i. Ha'e ramie'y'

Figura 4 – *Massacre indígena guarani* (detalhe)

Fonte: KARAI, 2006, p. 21

Mas o livro bilíngue, se representa um movimento de abertura para, e com o outro, também diz muito sobre o teor e intensidade desse movimento, o contexto em que se realiza, os limites em que esbarra, os rumos que sugere – todo livro sempre retrata, afinal, de uma ou outra forma, a ordem social que o vê nascer.

Chama imediatamente a atenção, neste caso, as duas línguas não se encontrarem lado a lado. Os textos vêm um após o outro, ocupando um mesmo livro em espaços demarcados, e diferenciados – português primeiro, em páginas brancas, seguido pelo guarani, em páginas verdes. Como pressupondo, mais que a leitura cotejada, duas leituras paralelas, por dois públicos leitores.

12. No original: “Ainsi placées côte à côte, les langues des uns et des autres gagnent cette même dignité à figurer dans un livre, à offrir une ouverture culturelle que l’oralité propose et que le livre rend légitime, dans une société de l’écrit.”

MASSACRE INDÍGENA GUARANI

Um grupo de índios morava numa floresta muito bonita, onde havia muitos pássaros, animais, vários tipos de árvore e um belo rio para se banhar todos os dias. Eles viviam muito alegre, porque todos tinham caça, não passavam dificuldades e sempre comiam animais diferentes, como capivara, tatu e lagarto. Também comiam muitos peixes, de todos os tipos que havia ali. Pode-se dizer que era um local bom de viver, porque tinha tudo o que os índios queriam.

Esses indígenas também faziam roça de milho, mandioca, feijão e outras plantas, para toda a comunidade.

Eram muito unidos. Juntos, faziam cestas, panelas de barro e instrumentos para a caça: arcos, flechas e borduna.

Esse grupo de índios morava na *tekna' kavure'*. Seu *pajé'* era Tukumbo. Ele era o chefe religioso de duzentas pessoas.

Um dia, Tukumbo levantou bem cedo para falar com a comunidade e disse que entregaria o seu serviço para seu sucessor. Todos quiseram saber o motivo dessa decisão.

¹ *Tekna*: aldeia.

² *Kavure*: nome de aldeia indígena.

³ *Pajé*: curandeiro.

JURUA REVE NHANDE KUERY JOGUERO' A AGUE

Yma je nhande kuery ikuai petei tekoa ka'aguy iporã rei va'e, heta yvra tovixa va'e yvoty guyrá'i xo'o guive ndajou raxyi.

Ka'aguyre iguaivy je ovy'a xo'o'i hetarã, tapi'i ha'e pira ho'u va'erã.

Ha'e kuery je onhoty'avaxi manjõ, kumanda opamba'e rei.

Ha'e kuery ma joapypa omba'epo, ojapo varai, para oja yvy guigua, guyrapa, hu'y ha'ekuery ae oiporu agua.

Ha'e ma je opy'i re oi va'e opena avi guetarã kuery re.

Petei ko'e je Tukumbo voi'i reve o'vy guetarã kuery ogueroavy vu agua.

Ha'evy je ijayvu porami jekupe ju oi agua' reguare.

Pavẽ je oikuaaxe porami ijayvurã mba'ere nda'u ijayvu he'i.

Ha'evy je Tukumbo porami ijayvu:

— Pavẽ ma peikuaa ae xee naxembarae teiveima apua' aguata agua he'i.

Ha'e ma ojogeroavyvare hare ojogeroavyvare jekupe reve.

Ka'aru'ra'ã Tukumbo omboatypa guetarã kuery opy're ogueroavyvare agua amboe xamo'i pe omboaxa agua.

Raka'erã etava'e kuery voi ova'e xe rã pendẽ rekoapy.

Figura 5 – *Massacre indígena guarani*: abertura do texto em português e do texto em guarani.

Fonte: KARAI, 2006, p. 7 e p. 9

E nada, nem em letras miúdas na página de créditos, indica formalmente a presença de um mediador entre eles. Como se Luiz Karai¹³, assumindo a autoria dos dois textos, propusesse um improvável livro bilíngue contendo dois originais. E de fato, ao menos para quem desconhece a língua indígena, a impressão é de dois textos distintos em seu ritmo e estrutura (Figura 5). Dois textos que talvez não correspondam exatamente um ao outro, se já nos títulos observa-se que *jurua'* só aparece no guarani. Dois textos desiguais, além disso, em peso e medida, pois tudo indica que a obra foi concebida prioritariamente para os leitores não indígenas.

Somente o texto em português é ilustrado pelas aquarelas de Rodrigo Abraham, ganhando assim maior destaque e número de páginas (p. 7-17), enquanto o texto em guarani se queda discreta, talvez timidamente, como um apêndice, no final do volume (p. 19-23).

E somente no texto em português se encontra o único gesto tradutorio do livro: saltam aos olhos, a cada página, termos e expressões guaranis, grifados e traduzidos em notas de rodapé. Um gesto insólito,

13. Observe-se que Luiz Karai é tradutor profissional de guarani-português-guarani.

senão impróprio, numa edição bilíngue que já traz o texto guarani por inteiro. E à primeira vista supérfluo, já que *tekoa* ou *kavure* poderiam vir simplesmente em português como “aldeia Kavure” sem obrigar o leitor a um desvio pelo pé de página (Figura 6). Um gesto perfeitamente afinado, porém, com o expresso propósito do autor, para quem o livro representa “uma boa oportunidade de entrar em contato com a cultura dos guaranis” (KARAI, 2008). Compreende-se, na ênfase a alguns termos e expressões fortes da cultura guarani, a clara intenção, pedagógica, de que estes sejam notados e apreendidos, mesmo pelos pequenos (e adultos) leitores que não pretendem aprender a língua.

Eram muito unidos. Juntos, faziam cestas, panelas de barro e instrumentos para a caça: arcos, flechas e borduna.

Esse grupo de índios morava na *tekoa*¹ *kavure*². Seu *pajé*³ era Tukumbo. Ele era o chefe religioso de duzentas pessoas.

Um dia, Tukumbo levantou bem cedo para falar com a comunidade e disse que entregaria o seu serviço para seu sucessor. Todos quiseram saber o motivo dessa decisão.

¹ *Tekoa*: aldeia.

² *Kavure*: nome de aldeia indígena.

³ *Pajé*: curandeiro.

Figura 6 – *Massacre indígena guarani (detalhe)*

Fonte: KARAI, 2006, p. 7

Essa espécie de “intrusão” do guarani no texto português imprime mais largos significados, porém, a uma obra que, já desde a ilustração da capa (Figura 7), se propõe a

[...] contar uma história real pelo ponto de vista dos índios, o que geralmente não acontece. É interessante notar que no enredo os “selvagens” são os “não índios” e os homens “civilizados” são os “habitantes da tribo”, versão diferente da que normalmente nos é passada. (KARAI, 2008).

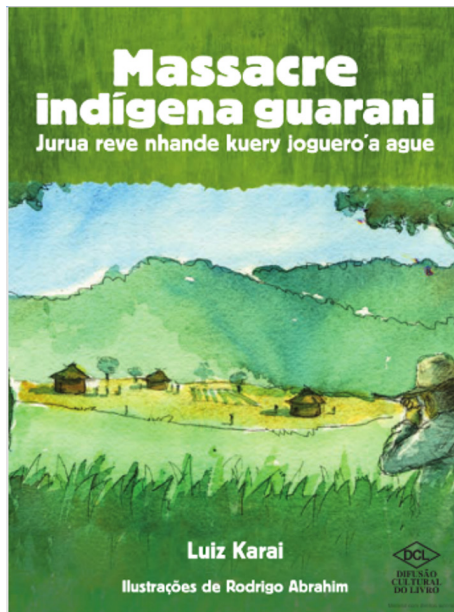


Figura 7 – Capa de *Massacre indígena guarani*
 Fonte: KARAI. 2006

Dar a conhecer a cultura guarani passa necessariamente, em *Massacre*, por recolocar em perspectiva imagens cristalizadas por séculos de dominação. Passa por ressignificar conceitos impostos à realidade indígena pela língua portuguesa, como “selvagem” ou “civilizado” – e isso através da própria língua escrita, prerrogativa do *jurua* e uma de suas armas de exclusão. Mas, se “apresentar para os não índios uma história ensinada por meio da oralidade aos pequenos indígenas” (KARAI, 2006, quarta capa) requer adequar a tradição oral às normas da cultura escrita, inverter o prisma narrativo para contar a história “pelo ponto de vista dos índios” (KARAI, 2008) também implica, inevitavelmente, em transtornar algumas regras comumente aceitas.

É apenas coerente com o propósito da obra, portanto, o guarani “invadir” o texto português e, lançando mão de códigos estabelecidos da língua impressa, invertê-los para uso próprio. Faz todo sentido o itálico, por exemplo, que por convenção assinala palavras ou expressões *estrangeiras*, ser usado pelo *nativo* para deliberadamente estrangeirizar a si mesmo, e assim,

quem sabe, por efeito de estranheza, ser visto e reconhecido enquanto *outro*.

Causa mesmo estranheza deparar no rodapé com um vocábulo tão familiar como *pajé*, de há muito incorporado à língua portuguesa, desnecessariamente traduzido numa nota que, redundante, não diz nada que já não se saiba, que já não digam os dicionários (Figura 6). Mas, redundante por exigência das circunstâncias, não é desnecessária a “ocupação” do pé de página. Nesse lugar onde, reza o costume, podem os tradutores expor ou explicar seus impasses, único espaço onde se faz visível o seu fazer, é que o *pajé*, rejeitando a assimilação *juruá*, reivindica o direito de ser seu próprio tradutor. Nesse lugar reservado aos *intraduzíveis* é que o chefe religioso, aliás personagem central da trama, vem clamar a quem quiser ler que, mesmo incorporado à língua portuguesa, permanece inalterável em sua cultura de origem. Inalterado em sua condição de texto original – tal como, no livro, o texto em guarani.

Em meio ao emaranhado de contrassentidos que define a relação brasileira entre indígena e homem branco, por essa via torta é que logra o *pajé*, num livro bilíngue peculiar, transgressor em mais de um aspecto, reafirmar a precedência do seu povo originário. E sugerir, talvez, pelo vaivém a que obriga o leitor entre texto e pé de página, que reconhecê-lo enquanto *outro*, mesmo que exija algum esforço, é premissa *sine qua non* para o surgimento de um possível e efetivo diálogo entre um texto e outro, uma cultura e outra.

Em países onde fortes fluxos migratórios obrigam ao convívio populações culturalmente distantes entre si, e onde as inevitáveis tensões que opõem “nativos legítimos” e “imigrantes” tendem a reduzir a mútua percepção do Outro a generalizações caricatas, o livro bilíngue pode sinalizar uma integração fundada no mútuo reconhecimento da singularidade de cada um.

Tal é a proposta da editora francesa Le Port a jauni que desde 2007 publica exclusivamente livros infantojuvenis em forma bilíngue francês/árabe. Dirigida pela escritora e artista plástica Mathilde Chèvre, tem sua sede em Marselha, cidade portuária do Mediterrâneo que, por dar entrada ao forte contingente de marroquinos, tunisianos, argelinos vindos se estabelecer na França a partir da independência de suas colônias norte-africanas nos anos 1970, abriga um número proporcionalmente alto de imigrantes árabes. Ali se fazem mais agudos os conflitos que pontuam, em

todo o país, uma relação temperada por resistência, desconfiança e ressentimento de ambos os lados, e que só fizeram se acirrar desde os atentados ocorridos na França em 2015.



Figura 8 – *Mes idées folles* (detalhe)

Fonte: BADESCU, 2016

Le Port a jauni tanto publica títulos árabes vertidos em francês quanto, contrariando o sentido de mão única em que costuma se dar a edição de obras traduzidas, títulos franceses vertidos em árabe. O lugar do estrangeiro não é, no catálogo da editora, prerrogativa do imigrante: igualmente estrangeiros um para o outro, francês e árabe se alternam, lado a lado, no papel de texto original. Podem ser até, simultaneamente, texto original e traduzido, como nos volumes da coleção *Promenade en bord de mer* (Passeio à beira-mar), que trazem duas histórias em torno de um mesmo tema, uma em árabe, outra em francês, escritas e ilustradas por “dois artistas das margens do Mediterrâneo” (LE PORT A JAUNI, c2012).

As raízes comuns mediterrâneas são apenas, em toda publicação da editora, premissa inicial a partir da qual podem se expor as diferenças. Não faltam, assim, as referências, literárias ou não, prosaicas ou eruditas, que remetem à singularidade de cada um. *Le Pain* (O pão), de Mathilde Chèvre e Nour Azuéllos (2016) por exemplo, destaca um item imprescindível do cotidiano francês ao contar as peripécias de uma menina indo comprar

baguette na padaria da aldeia (Figura 9). Ao passo que *Roubayat*¹⁴ (2015), do renomado jornalista, poeta e caricaturista egípcio Salah Jahine (1930-1986), traz poemas que, “filosóficos, lúdicos e engraçados” a exemplo dos de Omar Khayyam, remetem ao clássico autor persa enquanto suscitam a reflexão em torno de temas *universais* como a vida, a morte, o tempo que passa, de acordo com o release da editora (LE PORT A JAUNI, 2015, grifo nosso).



Figura 9 - Na capa e folha de rosto de *Le Pain*, até mesmo o nome da editora, das autoras e da coleção se mostram nas duas línguas e grafias. Já a harmoniosa integração caligráfica dos títulos parece sintetizar, por si só, a inteira proposta editorial

Fonte: CHÈVRE; AZUÉLOS, 2016.

Nesses tempos em que o medo vê em todo árabe um muçulmano praticante, e em todo muçulmano, um potencial terrorista, o fato de produzir livros contendo a escrita árabe revela, por si só, certo propósito de romper com os clichês ideológico-religiosos a que tem sido confinada esta língua (GONZALEZ, 2015). Mas a editora ousa além.

Na série *À double sens* (Duplo sentido), jogando com o sentido inverso da leitura em francês e em árabe, o projeto gráfico permite que os livros sejam lidos tanto da esquerda para a direita quanto da direita para a esquerda, de trás para frente ou de frente para trás, nisso que a editora

14. Excerto disponível em: <<https://goo.gl/KoSrSu>>. Acesso em: 4 mai. 2018.

define como um “palíndromo linguístico” (LE PORT A JAUNI, c2012). Há mais que um duplo sentido, porém, nesses dois textos que seguem em direções contrárias, se cruzam no meio do livro, se acenam ali onde o fim de um é começo do outro: para o leitor, levado a alterar seus hábitos pela presença do texto outro, ganha novos sentidos o próprio ato de ler, de interagir com o objeto livro. E muda o seu modo de ler o mundo: sensibilizado para a diferença, percebe que os dois textos, a princípio descontraídos, se integram no livro em torno das mesmas ilustrações partilhadas.

A inclusão da diferença.

Tende-se a esperar do imigrante, ou de qualquer estrangeiro em posição de fragilidade dentro de um grupo social, que torne invisível a sua diferença, esconda seus modos e ritos, abra mão de suas referências identitárias e se deixe assimilar, para ser aceito, pela cultura dominante. A qual, por sua vez, tende a absorver, parcial e seletivamente, essa mesma estrangeiridade que rejeita, incorporando, de forma mais ou menos velada, suas artes e lendas, sua culinária, sua força de trabalho, suas terras demarcadas – ao estilo desse modo de traduzir que Berman (1984) define como etnocêntrico, nascido do sonho narcisista que tem toda cultura de brilhar sobre as demais enquanto se apropria de seus patrimônios.

Na edição bilíngue, o estrangeiro se faz presente em sua inteireza original. Inviolável, é imune à assimilação, indiferente à sua tradução. Imutável, induz à mudança o olhar do leitor, que passa a enxergar na incompreensível língua árabe, por exemplo, a estranha beleza pictórica de sua escrita.

Roubayat ou *Massacre indígena guarani* não se propõem necessariamente a ensinar árabe ou guarani a jovens franceses ou brasileiros não indígenas. Mas, pelo simples fato de darem a ver uma escrita estrangeira, o modo como seus diferentes sistemas e signos organizam um texto na página, já dão a vislumbrar o universo do Outro. Dão a perceber, por comparação, que as línguas não se equivalem, não são intercambiáveis ou redutíveis entre si. E promovem, por aproximação e contraste, a consciência da própria língua – apreciar a estranheza das letras arábicas permite melhor reparar na beleza desenhada das letras alfabéticas.

Mas se essas publicações constituem efetivos instrumentos de educação para a alteridade, é, principalmente, porque pressupõem a leitura coletiva e partilhada. Em salas de aula, bibliotecas, oficinas, associações, convidam

crianças francesas e árabes, brasileiras indígenas e não indígenas, cada qual na sua língua e disponível para a língua alheia, a ampliam a visão que têm do Outro e de si mesmas. E as estimula, na leitura e reflexão conjunta, a mutuamente se perceberem em suas diferenças e se re-conhecerem como iguais.

Vale mencionar, dentro da mesma perspectiva, projetos editoriais que incluem, na leitura em comum, crianças com deficiência visual ou auditiva. Para que “nosso mundo de histórias, palavras, vozes e gestos, seja vivido e partilhado por todos” é que a editora portuguesa Cuckoo, dirigida por Susana Azevedo, produz seus “livros tácteis” acompanhados de “ficheiros para impressão em Braille”, além de “materiais” voltados para crianças surdas, com “suportes em Língua Gestual Portuguesa” (CUCKOO, s.d.)¹⁵ E para “estimular os sentidos e o prazer de ler” de “toda e qualquer criança”, com especial atenção àquelas com deficiência visual (LIA ZATZ, s.d.), é que os volumes da Coleção Adélia¹⁶, idealizada pela escritora Lia Zatz para a WG Produto, de São Paulo, enriquecem com relevos, texturas e aromas seus textos em escrita alfabética e em braile.

Quando acolhe, em pé de igualdade, duas linguagens-culturas que tudo tende a separar e distanciar, o livro bilíngue promove, mais que nada, uma nova percepção sobre seus usuários. E quando, na leitura partilhada, permite que se acolham mutuamente as diferenças, revela-se um meio privilegiado de inclusão social. Portador de alteridade, educa o olhar para um mundo plural e diverso.

Figuração concreta e simbólica do contato entre duas línguas-mundos, representa, afinal, bem mais que a soma dos dois textos que reúne em suas páginas. Representa também o espaço que, entre um e outro, expõe as dissemelhanças, propõe o diálogo, sinaliza o encontro – e reverbera, além do livro, em infinitas traduções possíveis.

15. Encontram-se disponíveis no Blog da Editora Cuckoo histórias com locução, legendas e tradução em LGP. Disponível em: <<https://goo.gl/U7isUW>>. Acesso em: 4 mai. 2018.

16. Com texto e concepção de Lia Zatz, ilustrações de Luise Weiss e design gráfico de Wanda Gomes, a coleção é publicada por WG Produto com patrocínio da IBM. Cf. site da WG Produto. Disponível em: <<https://goo.gl/n4puzc>>. Acesso em: 4 mai. 2018.

Referências

- BADESCU, Ramona. *Mes idées folles* Tradução em árabe de Georges Daaboul. Ilustrações de Walid Taher. Marselha: Le Port a jauni, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/JAgzNa>>. Acesso em: 4 mai. 2018.
- BALLARD, Michel. *De Cicéron à Benjamin. Traducteurs, traductions, réflexions*. Lille: Presses Universitaires de Lille, 1992.
- BERMAN, Antoine. *L'Épreuve de l'étranger*. Paris: Gallimard, 1984.
- _____. De la translation à la traduction. *TTR: traduction, terminologie, rédaction*, v. I, n. 1. Quebec: Université de Québec à Trois-Rivières, 1988. p. 23-40.
- BOND, Rosana. Guaranis começam a escrever a própria história. *A Nova Democracia*, ano VII, nº 44, jul. 2008. Disponível em: <<https://goo.gl/LW45UW>>. Acesso em: 4 mai. 2018.
- CAMPOS, Arnaldo. *Breve história do livro*. Porto Alegre: Mercado Aberto/IEL, 1994.
- CARDOSO, Jerónimo. *Dictionarium ex Lusitanico in latinum sermonem*. Ulissypone [Lisboa]: ex officina Ioannis Aluari, 1562. Disponível em: <<http://purl.pt/15192>>. Acesso: 4 mai. 2018.
- CERTEAU, Michel de. *A Invenção do cotidiano. Artes do fazer*. 3. ed. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- CHÈVRE, Mathilde; AZUÉLOS, Nour. *Le Pain*. Tradução em árabe de Georges Daaboul. Marselha: Le Port a jauni, 2016.. Disponível em: <<https://goo.gl/NptE4B>>. Acesso em: 4 mai. 2018.
- CUCKOO Editora. Sobre nós. [s.d.] [Site]. Disponível em: <<https://curtaiptv.top/SYzNx>>. Acesso em: 4 mai. 2018.
- ERASMO. *Novum Instrumentum*. Basileia: Johann Froben, 1516. Disponível em: <<https://goo.gl/Q1tyxC>>. Acesso: 4 mai. 2018.
- FEBVRE, Lucien; MARTIN, Henry-Jean. *O aparecimento do livro*. Tradução de Fúlvia Moretto e Guacira Marcondes Machado. São Paulo: Editora da Unesp/Hucitec, 1992.

GONZALEZ, Valeria. La politique éditoriale des éditions jeunesse en français et arabe du 'Port a jauni'. *Monde du Livre* [site da Pós-graduação em "mundo editorial"]. Marselha: Université Aix-Marseille, 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/TPxMde>>. Acesso em: 4 mai. 2018.

HEWSON, Lance. The Bilingual Edition in Translation Studies. *Visible Language*, v. 27, n. 1-2. Cincinnati: School of Design at the University of Cincinnati, 1993. p. 138-60.

KARAI, Luiz. *Massacre Indígena Guarani / Jurua reve nhande kuery jogueròa ague*. Ilustrações de Rodrigo Abraham. Edição bilíngue. São Paulo: DCL, 2006.

_____. Divulgando meu livro! *Histórias da aldeia*. [Blog]. 2008. Disponível em: <<https://goo.gl/QwBbYo>> Acesso em: 4 mai. 2018.

LE PORT A JAUNI, c2012. Les livres. [Site]. Disponível em: <<https://goo.gl/ZhS7od>> Acesso em: 4 mai. 2018.

_____. Roubayat, 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/EzKvXm>> Acesso em: 04 maio 2018.

LESSA, Verônica; RAMOS, Anna Claudia. Olívio Jekupé (entrevista). *Manual Flipinha*. Paraty: Ministério da Cultura/ Associação Casa Azul, 2013.

LIA ZATZ. Coleção Adélia. [s.d.]. [Site]. Disponível em: <<https://goo.gl/eBUE6c>>. Acesso em: 4 mai. 2018.

PERREGAUX, C. Livres bilingues et altérité: nouvelles ouvertures pour l'entrée dans l'écrit. *Figurationen*, n. 1, v. 2. Zurique: Universität Zürich, 2009, p. 127-139. Disponível em: <<http://migre.me/wJUMH>>. Acesso em: 4 mai. 2018.

PLURICOM Comunicação Integrada. Adaptação de contos de Edgar Allan Poe traz suspense e mistério ao público infantojuvenil. [Online]. Disponível em: <<https://goo.gl/YH8erb>>. Acesso em: 4 mai. 2018.

SCHUWER, Philippe. Bilingues et plurilingues, livres et éditions.

FOUCHÉ, P.; PÉCHOIN, D.; SCHUWER, Ph. *Dictionnaire encyclopédique du livre*. v. A-D. Paris: Editions du Cercle de la librairie, 2002.

VERNE, Júlio. *A volta ao mundo em oitenta dias*. Adaptação de Telma Guimarães. Ilustrações de Alan Rabello. São Paulo: Editora do Brasil, 2011. 104 p.

A Sagração da Primavera: formação de conglomerados e coletivização da independência

JOSÉ DE SOUZA MUNIZ JR.

Introdução

Uma extensa bibliografia tem se dedicado à análise crítica de um conjunto de mudanças pelas quais o mercado editorial vem passando, em escala global, nas últimas décadas (BOURDIEU, 1999; BRÉMOND; BRÉMOND, 2002; SCHIFFRIN, 2006; COLLEU, 2007; DOMÍNGUEZ, 2010; DISCEPOLO, 2011; SAPIRO, 2009; LEGENDRE, 2013; THOMPSON, 2013; DE DIEGO, 2015; SZPILBARG, 2015). Vários autores identificam processos agudos de globalização, financeirização e concentração de propriedade no setor, a partir dos quais consolidam-se como hegemônicas certas lógicas econômicas e políticas que privilegiam as grandes estruturas empresariais na cadeia do livro. Em contrapartida, constata-se o surgimento e o fortalecimento de novas editoras de pequeno e médio porte, que se dedicam, sobretudo, aos nichos de mercado não abarcados pelos grandes grupos.

Um dado significativo para entender essa nova estruturação dicotômica do mercado é a emergência de formas de organização sócio-política das editoras de menor porte. Uma das principais expressões desse movimento é a criação, em 2004, da Aliança Internacional dos Editores Independentes

(AIEI), com sede em Paris. Em torno dela, e irmanados na causa da bibliodiversidade, reúnem-se centenas de editores dos cinco continentes e suas associações, dentre elas a Liga Brasileira de Editoras (Libre).

O objetivo deste artigo é discutir o surgimento da Libre como expressão territorialmente situada dessas grandes transformações, que incidem de modo específico. A partir de fontes variadas, sobretudo materiais da imprensa e entrevistas com editores atuantes no Brasil nas últimas duas décadas, discuto a concentração empresarial do setor editorial brasileiro e a emergência de uma entidade que se afirma como a contraface desse processo. Faço-o a partir de uma perspectiva sociológica que leva em consideração a (re)emergência do editor “independente” em meio às lutas pela classificação que estruturam o espaço editorial¹.

A invasão dos gigantes

O ano é 2006. A Casa da Palavra, capitaneada por Martha Ribas e Julio Silveira, completa dez anos de existência e publica a obra mais conhecida de André Schiffrin, *O negócio dos livros*, com o sugestivo subtítulo *Como as grandes corporações decidem o que você lê*². No texto de apresentação, os editores traçam uma avaliação do mercado editorial contemporâneo:

Um movimento longo e constante vem alterando o panorama das editoras nas últimas décadas. Sucessivamente, as pequenas e médias editoras foram compradas pelas maiores; as maiores uniram-se e tornaram-se gigantes; as gigantes foram devoradas por grandes conglomerados que pouco ou nada têm a ver com o livro. [...] O Brasil, também por conta do isolamento da língua portuguesa, está conhecendo os primeiros passos de um movimento já consolidado no exterior. As editoras brasileiras – a maioria – ainda resistem ao assédio destes grupos. (RIBAS; SILVEIRA, 2006, p. 9).

Avancemos dez anos: estamos em 2016, e o grupo português LeYa anuncia que pretende vender suas operações no Brasil (MEIRELES, 2016).

1. Essa discussão encontra-se desenvolvida em Muniz Jr. (2016).

2. No título original em inglês, *The Business of Books*, o subtítulo é ligeiramente diferente: *How the International Conglomerates Took Over Publishing and Changed the Way We Read*.

A *holding* havia chegado ao Brasil em 2009, depois de já ter comprado várias editoras em Portugal, Angola e Moçambique e de ter se tornado o maior grupo editorial lusitano (STRECKER, 2009). Em 2011, o conglomerado adquirira 51% das ações da supramencionada Casa da Palavra e, em 2014, já era dono de 95% do negócio, ficando Ribas com 5% mais o cargo de editora-executiva (COZER, 2014).

Naquele 2006 do lançamento de Schiffrin, a editora Objetiva, de Roberto Feith, que em 2005 havia vendido 75% de seu capital para o grupo espanhol Prisa-Santillana, trazia o selo Alfaguara para o Brasil. O marido de Martha Ribas, o jornalista Marcelo Ferroni, deixou seu cargo de editor na Globo Livros naquela ocasião para assumir o selo. Também em 2006, a Ediouro – que incorporara Agir e Relume-Dumará – absorvia agora a Nova Fronteira e se associava à gigante norte-americana Thomas Nelson. O presidente da Ediouro, Jorge Rodrigues Carneiro, argumentou, à época, que a entrada das estrangeiras “é uma competição saudável que pode beneficiar a todos” (STRECKER, 2006, p. E4). Algum tempo depois, Julio Silveira, tendo deixado a Casa da Palavra, assumia uma função executiva nesse grupo.

Nos últimos anos, novas transações dentro e fora do país acabariam por tornar ainda mais intrincados os liames entre o mercado editorial brasileiro e os grandes *players* transnacionais. Em 2011, a Penguin adquiriu 45% dos capitais da Companhia das Letras e, no ano seguinte, a própria Penguin fundiu-se à Random House. Em 2014, o conglomerado resultante dessa fusão, agora o maior do mundo, toma o controle dos selos de interesse geral da Santillana – o que inclui, no Brasil, a Objetiva, cujo capital passa a ser dividido entre Companhia das Letras (55%) e Penguin Random House (45%). Naquele mesmo ano de 2006, Luiz Schwarcz havia respondido com um simples “Não” à pergunta de um jornal: “O avanço das editoras estrangeiras sobre o mercado brasileiro ameaça o espaço das nacionais?” (FOLHA, 2006, p. 4). Perguntas e respostas se repetiam, viajando no tempo e no espaço.

O mercado de livros didáticos, que de décadas passadas já tinha experimentado experiências de passa-repassa, também sofreu enormes mudanças em anos recentes, graças às novas operações de fusão e aquisição, e à incorporação dos chamados sistemas de ensino aos negócios das editoras do setor. A Saraiva – que já no início da década de 1970 havia se

transformado numa empresa de capital aberto – fagocitou entre os anos de 1998 e 2003 três empresas: a paulista Atual, a paranaense Renascer e a mineira Formato. Em 2008, adquiriu o controle acionário do Grupo Siciliano e incorporou os selos Arx e Caramelo. Recentemente, a divisão de livros escolares do Grupo Saraiva foi incorporada ao Grupo Somos, nova versão da Abril Educação, passada da mão dos Civita para um fundo de investidores. Esse grupo, além das editoras Ática e Scipione³, possui vários colégios, sistemas de ensino e escolas de idiomas em sua “carteira de negócios”.

Por sua vez, a já mencionada Santillana, braço editorial do grupo espanhol Prisa, havia chegado ao Brasil em 2001, com a aquisição da Moderna e da Salamandra, fortemente posicionadas nos setores de didáticos e infanto-juvenis. Esta última havia sido fundada em 1976 por Geraldo Jordão Pereira, filho de José Olympio, que um ano após essa venda criou com os dois filhos a Sextante, editora de livros de grande vendagem hoje gerida por seu filho, Marcos Pereira. Esta, por sua vez, compra em 2007 50% da Intrínseca, selo de *best-sellers* de Jorge Oakim, e em 2014 adquire metade do capital da gaúcha L&PM, líder do mercado de livros de bolso.

Outras empresas nacionais contribuíram para aumentar a concentração de propriedade do mercado editorial pela aquisição de outras editoras. No âmbito dos livros de interesse geral, a Record tornou-se o maior conglomerado editorial da América Latina depois de ir adquirindo, a partir do final dos anos 1990, vários selos históricos: Civilização Brasileira, José Olympio, Difel, Bertrand Brasil, Paz e Terra, entre outros. Já no segmento CTP (livros científicos, técnicos e profissionais), a empresa líder é o Grupo GEN, formado em 2007. Presidido por Mauro Koogan Lorch, herdeiro da histórica Guanabara Koogan, o grupo formou-se pela compra das editoras Roca, Santos, Forense, Método, LTC, E.P.U., Forense Universitária e Atlas.

Outras operações recentes de aquisição total ou parcial de capitais incluem a compra da Conrad pelo Grupo IBEP, que anteriormente comprara a antiga Companhia Editora Nacional; e a aquisição da mineira Quinteto pela FTD, que pertence à Congregação Marista. De parte dos

3. A Scipione havia sido comprada pela Ática já em 1983, e a compra de ambas pelo Grupo Abril incluiu, no início das negociações, a francesa Havas-Vivendi, que se retirou da transação.

estrangeiros, além das diversas *joint ventures* com empresas brasileiras, destacam-se a incorporação da Editora Revista dos Tribunais à Thomson Reuters, a aquisição da Escala pela francesa Larousse, e a compra da Academia de Inteligência (do *best-selling* Augusto Cury) pela Planeta, que junto com a SM e a Santillana conformou uma espécie de “nova invasão espanhola” dos mercados editoriais latino-americanos.

Não é de hoje que editoras comprem umas às outras. Já em 1972 a José Olympio comprava a Sabiá de Fernando Sabino e Rubem Braga (nascida como Editora do Autor em 1960, tendo também Manuel Bandeira como sócio); e em 1986 a Globo da família Marinho adquiriu a antiga Globo da família Bertaso, de Porto Alegre. Tampouco é recente o desembarque de empresas estrangeiras no mercado editorial brasileiro: além dos primeiros livreiros-editores franceses e portugueses que se estabeleceram no eixo Rio-São Paulo desde o século XIX, a partir dos anos 1950 várias empresas de fora estabeleceram suas sucursais brasileiras: Encyclopaedia Britannica, Difusão Europeia do Livro, Hachette, Herder, Grijalbo e Gustavo Gilli foram algumas das que chegaram por aqui até meados dos anos 1960. No período da ditadura civil-militar, outras empresas, como Elsevier, Harper & Row, Longman e Prentice-Hall, chegaram ao país ou aumentaram suas operações nacionais (HALLEWELL, 2012).

O que torna este momento qualitativa e quantitativamente distinto das décadas anteriores é a agilidade com que tais negociações são feitas, o clima de rumor com que elas são divulgadas e noticiadas (tanto pelas colunas de cultura e literatura como pelas de mercado financeiro), e a velocidade com a qual os contratos se tornam obsoletos. É como se nossos “Minotauros da arte”⁴ se vissem repentinamente presos num labirinto cujas formas, passagens e obstáculos não parassem de mudar, desorientando o olhar e impossibilitando diagnósticos precisos. Esse amplo conjunto de operações envolveu pequenas, médias e grandes editoras nacionais, situadas em diferentes posições do espaço editorial brasileiro tanto por sua antiguidade como por suas linhas editoriais; conglomerados de edição, mídia e entretenimento estrangeiros, provenientes sobretudo dos países do Norte; assim como agentes alheios ao *métier*.

4. Expressão com a qual o escritor Adolfo Caminha (1867-1897) se referiu aos editores num artigo originalmente publicado em 1894 (CAMINHA, 1895, p. 147-156).

Tal cenário deu munições para que um relato como o de Schiffrin passasse a soar, sobretudo entre pequenos e médios editores, como uma assustadora carta premonitória. Assim, ainda que não tenham tido a pretensão de “hastear uma bandeira”, a decisão de Martha Ribas e Julio Silveira de publicar Schiffrin cai como luva para um momento em que, paralelamente à aguda concentração de propriedade do setor, a mobilização dos “independentes” começa a ganhar força.

Deslocamentos e descolamentos

A Casa da Palavra mostra-se um ponto privilegiado de observação não só porque seu destino é emblemático da recente reconfiguração econômica do espaço editorial brasileiro, que ela própria profetizou anos antes. Acontece que Ribas foi, ademais, uma das protagonistas da criação da Libre, entidade que hoje se propõe a representar as editoras “independentes” do país. Não deixa de ser irônico que a própria Casa da Palavra tenha contribuído para engrossar o contingente de “independentes” perdidos para o grande capital global.

A história é conhecida entre os editores da entidade: a semente da Libre é a proposta de Ribas para um evento alternativo à Bienal do Livro do Rio de Janeiro. Insatisfeita com os altos preços cobrados para participar do evento em 2001 e pela péssima localização de seu estande, começa a travar diálogos com outros profissionais do setor:

Contrariada, resolveu chamar uma colega expositora para compartilhar suas ideias e insatisfações sobre o que fazer para alterar aquela situação, ou seja, encontrar-se em um megaevento, com uma microestrutura, incompatível com o montante de investimento feito para tal. Rabiscou alguns nomes de editoras em seu bloquinho. Trocou algumas vezes de título para a então nova iniciativa – uma feira que poderia chamar-se Primavera dos Livros. (BARCELLOS, 2006, p. 107).

O posicionamento do estande da Casa da Palavra na Bienal – “entre o churros e o banheiro” – é uma constante nos relatos dos editores da Libre. O simbolismo da cena, com as cores e odores que a imagem mental faz produzir, é representativo não apenas do lugar desfavorável que a Bienal

permite a Ribas, mas também do lugar que Ribas constrói para si e do modo como sua agência *coletiviza* esse lugar. Nesse sentido, parece-me oportuno indagar: “[...] como e em que a localização em um ponto (inseparável de um ponto de vista) do espaço físico (e a presença no referido ponto) pode afetar a representação que os agentes têm de sua posição no espaço social e, portanto, de sua própria prática” (BOURDIEU, 2013, p. 135-136). É nesse terreno que Ribas forja sua *tomada de posição*, em dupla acepção: a construção simbólica e política desse lugar – no qual incidem oposições do tipo dentro/fora, limpo/sujo, perto/longe – lhe ajuda a desconstruí-lo, instituindo a enorme distância entre o local que esse editor de perfil profissional e fatura intelectual *quer* ocupar e aquele que ele efetivamente *pode* ocupar nesse território cindido.

Nas etnografias que realizou na Feira do Livro de Frankfurt, Sorá (2003) analisa o modo como a distribuição espacial dos estandes, países e línguas expressa as hierarquias que constituem o mercado editorial internacional no período contemporâneo. Respeitadas as proporções, tal questão pode ser colocada para eventos de menor alcance como as Bienais brasileiras. A preponderância do fator *dinheiro* na definição do tamanho e da posição dos estandes, à luz das diferenças no acúmulo de capital econômico entre as empresas do setor editorial, sugere que “o lugar e o local ocupados por um agente no espaço físico apropriado constituem excelentes indicadores de sua posição no espaço social” (BOURDIEU, 2013, p. 134).

Não deixa de ser revelador que a controversa cartografia das Bienais reflita, em certo grau, a cartografia das livrarias, sobretudo das grandes redes, onde os livros *best-sellers* das grandes editoras ocupam os espaços de maior destaque. Também aqui, é a capacidade econômica das editoras que instaura os regimes de visibilidade dos produtos e dos produtores. Assim, para compreender a insatisfação de Ribas, não se pode ignorar o componente de metonímia da Bienal: é o efeito *permanente* (simbólico e político) dessa presença *circunstancial* que explica a resposta coletiva que nasce nesse momento e dá origem à Primavera. A escolha do nome e da data é significativa da oposição que o grupo pretende instituir com relação à Bienal do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), realizada em pleno outono.

Tomando em conta a solução encontrada por Ribas e suas colegas, lembremos que

[...] uma parte da *inércia* das estruturas constitutivas do espaço social resulta do fato de que elas estão inscritas no espaço físico, e só podem ser modificadas à custa de um *trabalho de transplantação*, de uma mudança das coisas, e de um desenraizamento ou de uma deportação das pessoas – operações necessariamente custosas. (BOURDIEU, 2013, p. 134).

Ora, a iniciativa não passou despercebida pelo mercado editorial brasileiro e configurou, para alguns, uma atitude de enfrentamento a suas instituições dominantes. Em entrevista, uma das editoras ativas nesses primeiros momentos da Primavera relata as resistências encontradas:

Então a gente fez a primeira Primavera no Rio, debaixo dessas críticas todas do mercado, porque o Sindicato achava que eles é que tinham que representar a gente, mas não representavam; as livrarias achavam que a gente não podia vender direto, que a gente tinha que vender através das livrarias, mas eles não vendiam nossos livros, eles não estavam lá; e a Bienal achava que a gente tinha que participar da Bienal, mas não dava nenhuma condição financeira e de visibilidade, nem nada que favorecesse a gente. Então foi assim, uma fincada de pé, sabe? E foi muita briga, foi muito desgastante⁵.

Feitas as primeiras interlocuções, a organização do novo evento ficou a cargo de um pequeno grupo de profissionais do mercado editorial, formado sobretudo por mulheres. Nos relatos dos editores presentes no evento, as duas articuladoras mais citadas são Martha Ribas e Camila Perlingeiro, que acabava de voltar de um mestrado em Nova York e assumia o braço editorial da empresa da família, a Pinakotheke. Também formaram parte da comissão organizadora Daniela Duarte, sócia da editora e livraria Folha Seca; Isabel Bisker, da Nau; e Isabela Marcatti, que trabalhava na Editora 34.

Na Prefeitura do Rio de Janeiro, o grupo encontrou o apoio de Ricardo Macieira, à época diretor do Instituto Municipal de Arte e Cultura (RioArte), e que um mês após a realização da Primavera foi empossado Secretário Municipal das Culturas (AGÊNCIA, 2001). Esse patrocínio redundou na entrada da Primavera dos Livros no calendário oficial de

5. Entrevista ao autor sob condição de anonimato. Rio de Janeiro, 9 de setembro de 2015.

eventos da cidade, o que ajudou a garantir sua longevidade e sua regularidade anual. Os apoiadores privados dessa primeira edição do evento foram a Bradesco Seguros, a gráfica Donnelley Cochrane, a distribuidora de papel Rilisa e o Jockey Club Brasileiro, em cujas dependências a feira foi realizada.

A realização do evento no bairro Jardim Botânico também respondia ao desejo desses editores de fincar raízes num lugar mais central da cidade, pelo menos se comparado à Bienal, realizada no Riocentro. Com entradas a R\$ 2 (a da Bienal foi de R\$ 6 naquele ano), a presença do público superou a expectativa da organização. “Nunca vi tanto paulista rindo”, brincou, em entrevista⁶, um dos editores cariocas presentes, tendo observado que, para as editoras de São Paulo que tinham dificuldade de emplacar seus títulos nas livrarias da cidade, as compras do público do Rio valeram a viagem.

O êxito da Primavera pode ser, em parte, atribuído a uma divulgação involuntária: dias antes do evento, a Associação Estadual de Livrarias do Rio de Janeiro lançou uma carta pública queixando-se dos descontos (de 20% a 40%) que as editoras dariam na Primavera, como contrapartida do apoio da Prefeitura. Para a entidade, tratava-se de “concorrência desleal”, além de configurar “uso de recursos públicos para fins privados” (BERTOL, 2001, p. 22). Em resposta, os editores e a Prefeitura afirmavam que o objetivo do evento era formar leitores, o que reverteria positivamente na cadeia do livro.

No catálogo coletivo da Primavera, publicado para a ocasião, o grupo paga um tributo conciliador, referindo-se ao livreiro como agente “fundamental neste imenso universo da produção cultural. Sem estes parceiros que atuam nos lugares mais distantes, seria impossível fazer chegar o livro nas mãos do leitor”. Afirmam, ainda, ter com a Primavera o objetivo de alimentar “no público o prazer de frequentar uma livraria e encontrar neste espaço um lugar de lazer” (PRIMAVERA, 2001, p. 117).

Nos dois anos seguintes, a Primavera foi realizada no Armazém, na região do Cais do Porto. Em seguida, voltou por dois anos ao Jockey Club, para, finalmente, se estabelecer em 2007 nos jardins do Museu da Repú-

6. Entrevista ao autor sob condição de anonimato. Rio de Janeiro, 5 de novembro de 2013.

blica (o Palácio do Catete), onde a feira permaneceu até 2016⁷. Em São Paulo, em contrapartida, o evento teve realização descontínua e peregrinou por vários locais (Centro Cultural São Paulo, OCA, Biblioteca São Paulo, Praça Dom José Gaspar, Parque Villa Lobos), a depender do apoio conquistado na ocasião.

O número de expositores, especialmente na Primavera carioca, aumenta em relativa consonância com o crescimento da própria Libre – que atualmente possui cerca de 125 associadas⁸. Das 58 editoras participantes da primeira Primavera, 22 permanecem entre as afiliadas (PRIMAVERA, 2001). Tal relação numérica apresenta pequenas distorções, já que nem todas as associadas participam ano a ano, e uma parte dos estandes é ocasionalmente ocupada por editoras não filiadas à entidade.

A análise das listas de editoras participantes da Primavera e das associadas à Libre permite compreender o perfil que vai se consolidando na entidade no decorrer do tempo. Na lista de expositores da primeira feira, quando a entidade ainda não existia formalmente, podem-se identificar dois grupos que paulatinamente deixariam de fazer parte do coletivo: as universitárias (Edusp, Senac Rio, Ed. UFRJ, Ed. Unesp) e as editoras de ciências humanas mais antigas (Perspectiva, Jorge Zahar, Hucitec). Outras, de existência recente, vão deixando o agrupamento por questões de interesse ou desavenças; outras fecham (como é o caso da Duas Cidades e, mais recentemente, da Cosac & Naify); outras, ainda, são compradas por outras empresas – perdendo, assim, o caráter de “independente” no sentido que se tornou o oficial da entidade.

Seria difícil aventar as causas por que cada editora deixa o coletivo, mas podem-se traçar hipóteses. No caso das universitárias, é provável que o agrupamento das “independentes” tenha deixado de fazer sentido como instância representativa, dado que a Abeu (Associação Brasileira de Editoras Universitárias), nascida no final dos anos 1980, hoje agrupa mais de cem editoras. Ainda que ocasionalmente participem da Primavera sem ser associadas, as editoras universitárias brasileiras foram benefi-

7. A edição de 2017 foi realizada na Casa França-Brasil, na região da Candelária. Vale lembrar também que, a partir de 2015, o evento deixa de se chamar Primavera dos Livros e se torna Primavera Literária.

8. Extraído de: <<http://libre.org.br/editoras>>. Acesso em: 11 jul. 2018.

ciadas pelas ações da Abeu, com seus estandes coletivos em grandes feiras nacionais e internacionais, e pelas várias feiras do livro universitário que começaram a proliferar em todo o país nos últimos anos – a Festa do Livro da USP, uma das maiores, estava já em sua terceira edição no ano em que a Primavera teve início. Quanto àquelas que poderíamos anacronicamente chamar de “independentes” velhas de guerra, elas também se beneficiaram das feiras de livros acadêmicos. Ademais, é plausível supor que, dado o tamanho de seus catálogos e o grau de profissionalização (à moda antiga) a que chegaram, a filiação à Libre lhes traria poucos benefícios⁹.

O sentimento de (a)filiação que os jovens editores da Primavera possam manter para com os selos clássicos é razão necessária, porém não suficiente para a manutenção de vínculos duradouros dessa espécie. Além disso, a permanência de casas mais estabelecidas na Libre encontrou poucas chances de se efetivar num momento no qual o processo de fabricação do grupo ainda não estabeleceu aquelas bases metacríticas que, mais tarde, poderiam moldar discursos de justificação que as tornassem “independentes”. Naquele momento, e talvez ainda hoje, a “independência” à brasileira carrega uma conotação de juventude e empreendedorismo que provavelmente não encontra eco na sensibilidade dos herdeiros que, no máximo, tiveram de renovar suas empresas familiares.

Há que se considerar, ainda, a importância da interação entre sócios como modo de socialização, profissionalização e aprendizado de ofício para os recém-chegados ao mercado. Nesse sentido, entende-se por que são as editoras de fundação mais recente as principais responsáveis por engrossar as fileiras da Libre ano a ano. Beneficiadas por tal interação e pelas oportunidades de visibilidade comercial, elas provavelmente encontram no grupo uma acolhida que dificilmente teriam nas agremiações mais antigas do espaço editorial brasileiro. Esse fator deve ser igualmente levado em conta para explicar outras duas frações relevantes para o crescimento da entidade: as editoras situadas fora do eixo Rio de Janeiro-

9. A Zahar, por exemplo, passou a engajar-se em outras formas de agrupação – por exemplo, nas diretorias do SNEL e no estande compartilhado com a Companhia das Letras nas Bienais do Livro. Um editor da Libre comentou, em entrevista, que Jorginho Zahar decidiu não permanecer por achar que sua editora era grande demais para o coletivo. Quanto à participação na Bienal, vale lembrar, para além das conveniências comerciais e da afinidade dos catálogos, a afinidade pessoal entre Schwarcz e a família Zahar (ver: SCHWARCZ, 2010).

-São Paulo (que, entretanto, ainda são minoria no grupo) e as editoras vinculadas aos partidos ou movimentos sociais, para as quais tampouco a Câmara Brasileira do Livro (CBL) e o SNEL são âmbitos favoráveis ou desejados de representação e socialização.

Tais considerações, que dizem respeito, sobretudo, aos cálculos de custo-benefício, não nos eximem nem de considerar a coexistência de várias editoras da Libre nessas outras entidades, nem de pôr na balança as movimentações dos agentes que passam pela via das afinidades pessoais, estéticas ou ideológicas. Tampouco se devem ignorar os diferentes papéis assumidos pelos editores dentro da entidade: funções de liderança; participação menos ou mais ativa nos debates sobre a existência do grupo; auxílio nas tarefas de organização dos eventos; ou simplesmente a extração de benefícios econômicos e simbólicos. Por trás de uma lista supostamente coesa de editores mancomunados, com bases programáticas compartilhadas, é preciso enxergar os variados graus de adesão e engajamento às densidades intelectuais e políticas que a Libre logra produzir no espaço editorial brasileiro na última década e meia.

Independentes, pequenos, novatos

No início, um dos princípios da Primavera era que os próprios editores cuidassem dos estandes, de modo a ter contato direto com os leitores. Com o tempo, e à medida que várias das associadas cresceram e se consolidaram como negócio, essa presença para alguns foi se tornando insustentável ou inconveniente. Hoje, boa parte das editoras participantes enviam funcionários ou representantes comerciais para cuidar dessa tarefa. Nesses casos, os editores comparecem ao evento só para participar da Assembleia da Libre e dos lançamentos. Outros sequer comparecem. Tal como nas Bienais, este aspecto se mostra como um princípio de diferenciação entre os expositores da Primavera: os editores que cuidam do próprio estande configuram um ponto intermédio entre os *ausentes-ausentes* (aqueles que delegam a tarefa a terceiros, dado que não podem ou não querem se ausentar de suas atividades profissionais) e os *ausentes-presentes* (aquelas lideranças que não permanecem no estande porque estão circulando no evento, zelando por sua concretização).

Outro princípio da concepção original era que os estandes tivessem

tamanhos iguais e que a posição de cada um seria definida por critérios aleatórios, ou seja, que a capacidade econômica das editoras não interferisse em sua visibilidade, gerando formas de competição interna, como ocorre na Bienal. Com o passar do tempo, tornou-se claro que o evento abarcava desde pequenas editoras recém-chegadas à Libre, com alguns poucos títulos, até editoras como a Autêntica e a Cosac & Naify, associadas cujos catálogos, em anos recentes, já passavam da casa do milhar. Resolveu-se, então, que o estande poderia ter até o dobro do tamanho padrão. Também definiu-se que editoras menores poderiam compartilhar estandes, dividindo os custos da participação. Por exemplo, na Primavera carioca de 2015, que teve 97 estandes, três deles foram compartilhados por duas empresas, ao passo que outras 15 editoras ocuparam dois lotes cada uma.

Em vários momentos, tais questões atravessaram as discussões sobre decisões práticas referentes à organização da Primavera, mas também como algo que põe em xeque o próprio escopo de representatividade da Libre. Afinal, se um dos objetivos é dar visibilidade ao catálogo das pequenas e médias, e ao mesmo tempo favorecer sua profissionalização e o crescimento de seus negócios, até que ponto uma editora em expansão, em vias de tornar-se grande, pode permanecer na entidade? De certo modo, o adjetivo “independente” se estabelece nesse espaço como categoria conciliadora: já não se trata de pensar as editoras do grupo com base no tamanho da estrutura empresarial, do catálogo ou do faturamento. O critério de pertencimento se desloca para variáveis qualitativas, que dizem respeito à autonomia do editor, à sua aposta cultural, à sua contribuição para a bibliodiversidade. A discussão se traslada, assim, para questões de afinidade e afinamento que o agrupamento vai tentando objetivar.

Mas não é de modo simples ou pacífico que o adjetivo “independente” se consolida como marcador identitário do grupo. Extremamente reveladora é a leitura de uma matéria d’*O Globo* sobre a primeira edição da Primavera, ocupando a primeira página inteira de seu suplemento cultural:

Será a primeira edição de um filhote de Bienal do Livro que, no fundo, no fundo, pode perfeitamente ser chamado de independente, pequeno ou novato. Mas só pelos simples mortais. Os editores, que faturam entre R\$ 50 mil e R\$ 500 mil mensais, desdenham com veemência esses adjetivos.

– É difícil chegar a um consenso – vai logo avisando Alberto Schprejer, da Relume Dumará. – O que nossas editoras têm em comum é o tratamento diferenciado dado aos produtos. Nós não negamos o comercial, nós queremos vender. Por isso não podemos ser considerados independentes. Independentes do mercado nós não somos.

Martha Ribas, da Casa da Palavra, concorda. Mas aproveita para dar uma alfinetada nas concorrentes comerciais, que, às vezes – ela garante – chegam a lançar um título por dia:

– Fazemos livros bons, não qualquer livro. Trabalhamos de forma diferente, mais artesanal. Pensamos a edição de uma maneira nova. (DE LUCA, 2001, p. 1).

Naquele contexto inaugural da Primavera, o adjetivo “independente” ainda não circulava em referência direta aos processos de concentração empresarial do setor, que se tornariam mais agudos só nos anos seguintes. Esse não era, pelo menos, seu sentido mais corrente. As notícias que vinham de outros países onde, naquele momento, já se sentiam os efeitos dos oligopólios transnacionais não pareciam tão ameaçadoras. Quando o livro de Schiffrin foi lançado pela Casa da Palavra, o mercado brasileiro ainda era descrito como relativamente alheio a tais processos, dado seu isolamento linguístico. Na fala de Schprejer, por exemplo, o adjetivo “independente” não tem nada a ver com esse processo e se aproxima do que o músico Tiago Araripe chama de “uma atitude de quem quer suprimir o real, reinventando o mundo e imaginando-se viver numa dimensão à parte, alheio e imune ao sistema” (apud VAZ, 1988, p. 10).

Naquela mesma reportagem, a jornalista d’*O Globo* segue engajada em tomar a contenda classificatória como fio condutor do relato:

É uma discussão sem fim. [...] Desde a primeira reunião, na qual decidiram formar uma liga de editores, eles criaram duas comissões: uma para organizar a feira do livro – que, se tudo der certo, será anual – e outra para definir os maiores entraves ao sucesso de suas editoras diferentes (quase todos aceitam o termo, então ficamos combinadíssimos assim). É, não por acaso, a chamada Comissão de Identidade [...]. (DE LUCA, 2001, p. 1).

Para além do tom irônico da matéria – como se a jornalista quisesse fazer chacota da disputa classificatória, dando a ela um caráter de trivialidade ou de simples estratégia distintiva –, o texto mostra que já se encontram vigentes, nos rituais fundacionais da Libre, as duas questões centrais que ela teria de enfrentar a partir de então. A primeira é a definição do conceito de “independente”. O próprio nome escolhido para a entidade (Liga Brasileira de Editoras) é um indício de que, ao contrário do que ocorreu na maioria das coletividades hoje agrupadas na AIEI, o “independente” não era um ponto pacífico. É provável que ainda não o seja. A segunda questão tem a ver com o caráter profissional e comercial das editoras assim identificadas. Ora, o rompimento original com a Bienal nem de longe pode ser considerado uma heresia de negação do mercado. Pelo contrário, denota a luta por espaços justos, condições equitativas de concorrência com as empresas maiores (tanto no mercado público como privado) e chances reais de alcançar públicos mais amplos. Ainda que as questões metacríticas de base se encontrem ainda vigentes, aos poucos a Libre logra estabelecer uma espécie de consenso operacional, por força tanto de seus debates internos como de sua inserção nas discussões de escala supranacional, no âmbito da AIEI.

Políticas da independência

Embora os fundadores da Libre não concordassem sobre serem ou não “independentes”, sua pulsão gregária certamente deriva de uma percepção de *interdependência*. Sua instituição como entidade jurídica, em 2002, visava atender certos requisitos legais para a realização da Primavera, que segue sendo sua principal vitrine, mas também respondia ao desejo de criar uma instância estável de diálogo e representação.

Os principais esforços da primeira gestão foram garantir a continuidade da feira, angariar apoios e montar a estrutura básica da entidade. Outra providência foi criar um canal de comunicação interna entre os sócios, um grupo de e-mails que segue ativo. Dada a dispersão geográfica das editoras afiliadas, essa é uma ferramenta importante de interlocução entre os sócios, sendo também o principal canal de diálogo do corpo administrativo da Libre com os afiliados. Esse grupo virtual tem uma função essencial de troca e aprendizado sobre o *métier*, porque possi-

bilita o contato entre as editoras já consolidadas e aquelas mais recentes. Ademais, promove o contato dos editores com os repertórios de ação que concernem à entidade e a assimilação de um vocabulário político que, pelo menos idealmente, é comum a todos os afiliados.

2002-2003	Presidente: Camila Perlingueiro, Pinakotheke (RJ) Vice-presidente: Aluizio Leite Neto, Editora 34 (SP)
2003-2005	Presidente: Angel Bojadsen, Estação Liberdade (SP) Vice-presidente: Cristina Warth, Pallas (RJ)
2005-2007	Presidente: Araken Gomes Ribeiro, Contra Capa (RJ) Vice-presidente: Mary Lou Paris, Terceiro Nome (SP)
2007-2009	Presidente: Renata Farhat Borges, Peirópolis (SP) Vice-presidente: Gláucio Pereira, Quartet (RJ)
2009-2011	Presidente: Cristina Warth, Pallas (RJ) Vice-presidente: Eliana Sá, Sá Editora (SP)
2011-2013	Presidente: Haroldo Ceravolo Cereza, Alameda (SP) Vice-presidente: Gláucio Pereira, Quartet (RJ)
2013-2015	Presidente: Haroldo Ceravolo Cereza, Alameda (SP) Vice-presidente: Gláucia Gonçalves, UniDuni (MG)
2015-2017	Presidente: Raquel Menezes, Oficina Raquel (RJ) Vice-presidente: Joana Monteleone, Alameda (SP)

Quadro 1 – Histórico de gestões da Libre

Fontes: Elaborado pelo autor com informações da Libre e entrevistas com os editores.

A partir da segunda gestão, a Libre lança-se às três principais frentes de sua atuação pública: a interlocução com agentes da política setorial e do governo; a visibilidade comercial de suas associadas; e a interlocução com seus pares internacionais e a importação de cosmologias do “independente”. O variado conjunto de ações realizadas pela Libre nesses primeiros anos rende a ela um ganho de visibilidade: rapidamente, outras entidades setoriais e a imprensa cultural a reconhecem como um novo *player*. A realização da Primavera, com o chamariz dos descontos, torna-se também um momento oportuno para a entidade instituir seu nome no vocabulário de seus públicos.

Em 2003, a Libre começa a travar contatos com o poder público e com as entidades setoriais (PUBLISHNEWS, 2003a). A CBL, juntamente à Associação Nacional de Livrarias (ANL) e à Associação Brasileira de Difusão do Livro (ABDL), convida a nova entidade para fazer parte de uma comissão de estudos chamada “Fomento e Desenvolvimento do Mercado Editorial”. Em agosto, Bojadsen escreve um artigo no Caderno 2, do jornal *O Estado de S.Paulo*, convocando livreiros, editores e distribuidores a discutir a proposta da lei do preço fixo. Ressalta que o tema está em discussão na Libre e defende a solução francesa, que deu força de lei à matéria, enquanto no Brasil ainda se tratava de um acordo de cavalheiros que poderia ser colocado em risco “por defensores de um liberalismo puro” (BOJADSEN, 2003, p. D10).

Quanto às interlocuções com o Estado, a Fundação Rui Barbosa, vinculada ao MinC, chama a Libre para uma mesa redonda com o então secretário nacional do livro e leitura, o poeta Waly Salomão. No mês seguinte, foi a vez do ministro da Educação, Cristovam Buarque, convocar as entidades setoriais para conversar sobre as políticas do ministério relacionadas ao livro e à leitura. Durante a reunião,

[...] a Libre [...] declarou que o formato do atual Literatura em Minha Casa é um aviltamento ao catálogo nacional, pois todas as editoras se esforçam em produzir livros com qualidade gráfica e editorial para depois haver o empobrecimento do produto para as classes desfavorecidas. (PUBLISHNEWS, 2003b).

Em setembro, os “libreiros” enviam uma carta ao ministro para reclamar do resultado da seleção de obras para o programa. O argumento

era que, ao contrário do que sugeriam os diálogos entre os editores e o Ministério, as compras seguiam concentradas num pequeno número de grandes editoras:

[...] não se pode admitir a adoção de políticas públicas que privilegiem os grupos empresariais mais poderosos e não assegurem o correto funcionamento do mercado, principalmente num campo (o da difusão do saber através do livro) que deve primar pela diversidade de propostas. (BOJADSEN; MAIA, 2003).

Em tom conciliatório, a carta reconhece as “dificuldades que uma nova administração encontra para, em poucos meses, mudar os sistemas e os hábitos sedimentados por anos de práticas moldadas em posturas mercantilistas e concentradoras”, e aposta que “prevalecerão doravante os novos valores inerentes a um governo que defende a transparência como princípio basilar e o combate a favorecimentos ilegítimos” (BOJADSEN; MAIA, 2003).

O desdobramento desse episódio figura como um dos maiores êxitos políticos da entidade: no ano seguinte, o ministério decide não lançar o programa, mas em 2005 ele volta com critérios mais favoráveis às pequenas e médias editoras. Se em 2003 o edital acabou contemplando apenas 14 empresas, em 2005 são 60 as editoras que figuram na lista. Dos 300 títulos selecionados, 49 eram de afiliadas à Libre (PUBLISHNEWS, 2005).

Dos documentos da Libre dirigidos a membros do poder político, destaca-se a “Carta aberta aos futuros Deputados, Senadores, Governadores. E ao futuro Presidente da República” (WARTH; SÁ, 2010), por ocasião das eleições de 2010. Nesse documento, propõe que “a produção da cadeia do livro deve ser tomada como uma prioridade de governo e Estado, porque seu papel será estruturante na consolidação dos grandes projetos nacionais”, e recomenda providências relativas à regulação do mercado editorial, concessão de incentivos e isenções fiscais às editoras e livrarias “independentes”, adoção do preço único do livro, limites à atuação de empresas estrangeiras no setor, etc. (WARTH; SÁ, 2010). Uma versão desse documento foi divulgada em 2011, com o título *Um programa em defesa da bibliodiversidade*, dirigido à Ministra da Cultura e ao presidente da Fundação Biblioteca Nacional, desta vez assinado por dirigentes da Libre, da ANL e da Câmara do Livro do Estado Rio Grande do Sul.

Vários “libreiros” se queixam de não terem avançado em conquistas importantes para a entidade, como o preço fixo. Alguns atribuem esse fracasso à falta de vontade política dos agentes estatais; outros o atribuem à própria dificuldade da Libre em estabelecer consensos políticos fortes para pressionar os governos na direção de políticas favoráveis às afiliadas.

No âmbito da visibilidade comercial, 2003 também foi um ano auspicioso. Além de assegurar a realização da Primavera dos Livros, “a feira dos arrojados e criativos editores” (BERTOL, 2003, p. 6), no Rio de Janeiro e em São Paulo, a entidade montou um dos maiores estandes da 11ª edição da Bienal do Livro carioca. A esse respeito, um jornalista da *Folha de S.Paulo* avalia: “O afluxo das nanicas reflete a proliferação no mercado editorial de casas de pequenas proporções, mas mais do que isso ilustra a organização dos ‘davis’ em uma espécie de ‘goliás’” (MACHADO, 2003).

Ações de visibilidade continuariam nos anos seguintes. Além da Primavera, a participação da Libre com estandes coletivos em outros eventos ofereceu espaços de destaque a catálogos que, sozinhos, não teriam condições de circular tão facilmente. Isso abrange as Bienais do Rio e de São Paulo, feiras internacionais como as de Guadalajara, Havana, Frankfurt, Paris e Montpellier, e as feiras brasileiras de alcance regional, inclusive fora do eixo Rio–São Paulo, onde essas editoras nem sempre conseguem fazer com que seus produtos cheguem.

Considerações finais: fronteiras da independência

Na gestão de Angel Bojadsen e Cristina Warth, a Libre oficializou sua participação na AIEI, de cujas hostes ela se tornaria um dos maiores grupos em número de afiliadas. Segundo Warth¹⁰ os contatos da Libre com membros da AIEI haviam acontecido antes desses encontros promovidos pela entidade, durante uma das edições do Fórum Social Mundial. Convém fazer, ainda, outro recuo no tempo para recordar que Lidio Peretti representou o Brasil no I Encuentro de Editores Independientes de América Latina, realizado em maio de 2000, em Gijón (Espanha). Nesse encontro, Peretti argumentou:

10. Cristina Warth, entrevista ao autor. Rio de Janeiro, 4 de novembro de 2013.

Penso que o Editor Independente tem que estar comprometido com o que acontece na sociedade. É independente porque participa nos movimentos sociais e políticos, e não está comprometido com grupos de interesse. O editor independente é aquele que tem sensibilidade para captar, junto com os intelectuais, os problemas da população. (PERETTI, 2000).

A editora Vozes participou de várias edições da Primavera e afiliou-se à Libre, mas retirou-se algum tempo depois – segundo alguns, porque não condizia com os princípios de “independência” da entidade a participação de uma editora ligada à Igreja Católica. A esse respeito, é interessante notar que, à medida que a Libre e suas homólogas de outros países vão se vinculando à AIEI, incorporam sentidos do “independente” que demandam a reacomodação de práticas e representações vigentes antes. No caso brasileiro, a saída da Vozes, em contraste com a permanência de editoras como Perseu Abramo (vinculada ao PT) e Anita Garibaldi (do PCdoB), traz à tona a discussão sobre os sentidos legítimos de “independência”.

Gilles Colleu coloca a seguinte questão para definir o *editor independente de criação*: “O capital depende de operadores associativos, de partidos políticos, de movimentos sociais, de estruturas religiosas?” (COLLEU, 2007, p. 76). Ainda que proponha tais restrições como um questionamento para a reflexão, mais do que como uma regra estrita, essa é a visão que se impõe nos documentos coletivos da AIEI. A última declaração da entidade, que resultou no encontro da África do Sul em 2014, assevera que o editor independente “não é o órgão de expressão de um partido político, uma religião, uma instituição, uma comunicação de grupo [sic] ou uma empresa” (ABID et al., 2014, p. 4)¹¹.

Os diálogos transnacionais da LIBRE seguiriam nos anos posteriores ao congresso em Dacar, nos encontros em que a AIEI vai arregimentando cada vez mais editoras e atualizando diretivas comuns. A análise das listas de signatários das declarações conjuntas produzidas nesses encontros deixa claro que a Libre rapidamente concentra a representatividade dos “independentes” brasileiros nesse âmbito internacional de discussão.

11. A versão do documento em português, supracitada, traduz equivocadamente a expressão “grupo de comunicação” (termo que consta nas versões em espanhol e inglês) por “comunicação de grupo”.

Outra frente importante de atuação internacional da Libre é a publicação de textos para a formação intelectual do movimento e a defesa de suas reivindicações perante a sociedade civil e o poder público. Em 2006, ela publica *Proteger o livro: desafios culturais, econômicos e políticos do preço fixo*, de Markus Gerlach, publicado originalmente em 2003 pela AIEI. A edição brasileira conta com um estudo introdutório dos economistas Fabio Sá-Earp e George Kornis, que avaliam os argumentos de Gerlach – considerados por eles, em alguns pontos, enviesados e frágeis – e as possibilidades limitadas de aplicação do preço fixo do livro no Brasil. Não obstante, louvam a iniciativa da Libre de fomentar o debate, já que “as maiores entidades [setoriais] sistematicamente negam aquilo que seus próprios dados mostram – a queda no volume e no valor das vendas – e comportam-se, via de regra, com a fidalguia do nobre esmolambado que tudo perde, menos a pose” (SÁ-EARP; KORNIS, 2006, p. 10).

No ano seguinte, a entidade publica a tradução ao português do livro de Gilles Colleu, *Editores independentes: da idade da razão à ofensiva?*, lançado um ano antes, também pela AIEI. Ambos os livros, principalmente o de Colleu, ajudam a incorporar repertórios de ação política e justificação simbólica gerados na Europa em diálogo com as outras realidades nas quais a noção de editor “independente” se instaura.

O conteúdo do Estatuto que a entidade produz em 2008 revela a incorporação dos mandamentos da AIEI e de seus intelectuais. No artigo 3º, a Libre assume como missão “preservar a bibliodiversidade no mercado editorial brasileiro por meio do fortalecimento do negócio da edição independente” e se propõe a agir pelo “fortalecimento das empresas editoriais independentes” e pela “criação de políticas públicas em favor do livro e da leitura”. Já no artigo 9º, estabelecem-se as condições para tornar-se associado:

1. Ser editor independente, não ligado a grandes corporações
2. Ser empresa idônea
3. Não contratar trabalho infantil
4. Adotar práticas empresariais socialmente responsáveis em relação a todos os seus públicos

5. Estar afinado com a missão e a visão da entidade
6. Não ter no catálogo nenhum título que faça a apologia do racismo, do fascismo, do sexismo e da pedofilia ou de qualquer outra forma de violência ofensiva aos Direitos Humanos
7. Aspirar e trabalhar pelo fortalecimento de sua empresa como negócio
8. Comprometer-se com a ação em prol do coletivo.¹²

O primeiro item desse *checklist* mostra, como discuti antes, que a importação de ideias exige acomodamentos e adaptações, que aqui se manifestam por cortes seletivos na definição de editor “independente”, tornando-a mais abrangente do que aquela estabelecida pela AIEI. É assim que o agrupamento efetua o *laisser-rester* de casas ligadas a partidos políticos, movimentos sociais e ONGs. Por essas e outras é que também o sétimo tópico desse receituário deve ser lido com reserva: afinal, o que significaria fortalecer uma editora como negócio quando se pensa nessas editoras para as quais – pelo menos em termos ideais – essa questão não se colocaria?

Não se trata, aqui, de imputar incoerência entre os princípios defendidos pelas duas entidades, mas de problematizar os processos pelos quais as ideias gestadas em escala internacional – com a participação dos próprios “libreiros” – logram impregnar-se na realidade local sem o prejuízo dos princípios que originalmente presidiram a formação e a consolidação do grupo, e que de algum modo se mostraram capazes de preservar sua coesão. Para dizê-lo em outros termos, emprestados de Raymond Williams (1979), caberia interrogar os modos pelos quais essas diferentes formações culturais, que são os agrupamentos de editores “independentes” ao redor do mundo, operam intervenções singulares na “tradição seletiva” do grupo em seus processos de institucionalização.

De outra perspectiva, essa maleabilidade com que as diretivas da AIEI se incorporam às da Libre traz à tona o problema mais geral dos agencia-

12. Extraído de: <<http://libre.org.br/site/estatutoLibre>>. Acesso em: 10 maio 2016.

mentos intelectuais e políticos de corte transnacional ou translocal. Tal como os modernismos, comunismos e ambientalismos (para ficar apenas em três exemplos conhecidos, e de proporções bem mais amplas), essa “Internacional dos Editores Independentes” encontra condições distintas de infiltração em cada contexto: espaços editoriais em maior ou menor grau de institucionalização e diferenciação; distintas culturas políticas e modos de se relacionar com o campo do poder; e diferentes desafios culturais, econômicos e políticos (que vão desde países altamente escolarizados e com democracias consolidadas àqueles onde os editores ainda se debatem com a falta crônica de leitores e com mecanismos de censura e perseguição).

O modo como os editores integram essas ideias cosmopolitas – que viajam sem seus pretextos e sem seus contextos, ou apenas com fragmentos deles – às suas intervenções políticas e intelectuais depende sobremaneira dos pretextos e contextos a que eles respondem no chão de suas atividades, relações, condições e privações cotidianas.

Referências

- ABID, Nouri et. al. *Declaração Internacional dos Editores e Editoras Independentes 2014: para manter viva e fortalecer juntos a bibliodiversidade*. Paris: Aliança Internacional dos Editores Independentes, 2014.
- AGÊNCIA Estado. Rio tem novo secretário de cultura. *O Estado de S.Paulo*, 26 set. 2001. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,rio-tem-novo-secretario-de-cultura,20010926p8609>>. Acesso em: 19 abr. 2016.
- ANDRADES, Marcelo Ferreira de. *Do claustro à universidade: as estratégias editoriais da Editora Vozes na gestão de Frei Ludovico Gomes de Castro*. 362f. 2001. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.
- BARCELLOS, Marília de Araujo. *O sistema literário brasileiro atual: pequenas e médias editoras*. 159f. 2006. Tese (Doutorado em Letras). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.
- BERTOL, Rachel. Livrarias criticam os descontos da Primavera. *O Globo*, 20 out. 2001, p. 22.
- _____. Alegria, união e suor. *O Globo*, Prosa&Verso, 27 dez. 2003, p. 6.
- BOJADSEN, Angel. A questão da lei do preço fixo. *O Estado de S.Paulo*, 8 ago. 2003, Caderno 2, p. D10.
- BOJADSEN, Angel; MAIA, Eny. *Carta da LIBRE ao Ministro da Educação Cristovam Buarque*. 2003. Disponível em: <<http://www.abrelivros.org.br/home/index.php/pnbe/5323-carta-da-libre-ao-ministro-cristovam-buarque>>. Acesso em: 10 maio 2016.
- BOURDIEU, Pierre. Une révolution conservatrice dans l'édition. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, v. 126-127, mar. 1999.
- BOURDIEU, Pierre. Espaço físico, espaço social e espaço físico apropriado. *Estudos Avançados*, v. 27, n. 79, 2013.
- BRÉMOND, Janine; BRÉMOND, Greg. *L'édition sous influence*. Paris: Liris, 2002.

- CAMINHA, Adolpho. *Cartas litterarias*. Rio de Janeiro: Typ. Aldina, 1895.
- COLLEU, Gilles. *Editores independentes: da idade da razão à ofensiva?* Rio de Janeiro: Libre, 2007.
- COZER, Raquel. Casa reformulada. *Folha de S.Paulo*, Ilustrada, 22 fev. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/153300-painel-das-letras.shtml>>. Acesso em: 15 abr. 2016.
- DE DIEGO, José Luis. *La otra cara de Jano: una mirada crítica sobre el libro y la edición*. Buenos Aires: Ampersand, 2015.
- DE LUCA, Isabel. A vez dos diferentes. *O Globo*, Segundo Caderno, 9 out. 2001, p. 1.
- DISCEPOLO, Thierry. *La trahison des éditeurs*. Marselha: Agone, 2011.
- DOMÍNGUEZ, María Eugenia. *Les éditeurs indépendants au Chili (2000-2005): Un développement contemporain des industries culturelles*. 317f. 2010. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Université de Montréal, Montréal Canadá, 2010.
- FOLHA de S.Paulo. Os donos do livro. *Folha de S.Paulo*, Mais!, 12 mar. 2006, p. 4.
- HALLEWELL, Lawrence. *O livro no Brasil: sua história*. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2012.
- LEGENDRE, Bertrand. Concentración, independencia y diversidad editorial. *Comunicación y Medios*, n. 27, 2013.
- MACHADO, Cassiano Elek. A maiúscula Bial das minúsculas. *Folha de S.Paulo*, 15 maio 2003.
- MEIRELES, Mauricio. Cheirinho de alecrim. *Folha de S.Paulo*, Ilustrada, 2 abr. 2016. p. C4.
- MUNIZ JR., José de Souza. Os sentidos da produção cultural independente: usos e abusos de uma noção instável. *Parágrafo*, v. 4, p. 107-116, 2016.
- PERETTI, Lidio. [Sem título]. In: *Actas del Primer Encuentro de Editores*

Independientes de América Latina, Gijón-España, 25 y 26 de mayo de 2000. Paris: BID-Fondation Charles Leopold Mayer, 2000.

PRIMAVERA dos Livros [Os Editores]. Ao leitor. In: _____.
Primavera dos Livros: Catálogo. Rio de Janeiro: s.e., 2001, p. 117.

PUBLISHNEWS. Libre em alta. *Publishnews*, 28 mar. 2003a. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/materias/2003/03/28/17700-libre-em-alta>>. Acesso em: 18 abr. 2016.

PUBLISHNEWS. Todos em Brasília. *Publishnews*, 23 maio 2003b. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/materias/2003/05/23/17605-todos-em-brasilia>>. Acesso em: 18 abr. 2016.

PUBLISHNEWS. PNBE 2005: Sessenta editoras selecionadas. *PublishNews*, 20 set. 2005. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/materias/2005/09/20/20491-pnbe-2005-sessenta-editoras-selecionadas>>. Acesso em: 10 maio 2016.

RIBAS, Martha; SILVEIRA, Julio. Apresentação à edição brasileira. In: SCHIFFRIN, André. *O negócio dos livros: como as grandes corporações decidem o que você lê*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

SÁ-EARP, Fabio; KORNIS, George. Proteger o livro: Quem tem medo do lobo mau?. In: GERLACH, Markus. *Proteger o livro: desafios culturais, econômicos e políticos do preço fixo*. Rio de Janeiro: Libre, 2006.

SAPIRO, Gisèle (Dir.). *Les contradictions de la globalisation éditoriale*. Paris: Nouveau Monde, 2009.

SCHIFFRIN, André. *O negócio dos livros: como as grandes corporações decidem o que você lê*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

SCHWARCZ, Luiz. Eu também sou filho do Jorge Zahar. *Blog da Companhia*, 29 jul. 2010. Disponível em: <<http://www.blogdacompanhia.com.br/2010/07/eu-tambem-sou-filho-do-jorge-zahar/>>. Acesso em: 10 maio 2016.

SILVEIRA, Ênio. Livros que movem o mundo. In: FERREIRA, Jerusa Pires (Org.). *Ênio Silveira*. São Paulo: Edusp/Com-Arte, 2003.

SORÁ, Gustavo. *Traducir el Brasil: una antropología de la circulación internacional de ideas*. Buenos Aires: Libros del Zorzal, 2003.

STRECKER, Marcos. Alfaguara aposta em livros de grife; Ediouro foi responsável por maiores movimentações. *Folha de S.Paulo*, 20 set. 2006, p. E4.

_____. Projeto de editora global lusófona está em xeque. *Folha de S.Paulo*, Ilustrada, 20 jun. 2009, p. E5.

SZPILBARG, Daniela. *Las tramas de la edición mundializada: transformaciones y horizontes del campo editorial en Argentina (1998-2013)*. 377f. 2015. Tese (Doutorado em Sociologia). Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, 2015.

THOMPSON, John B. *Mercadores de cultura: o mercado editorial no século XXI*. São Paulo: Ed. Unesp, 2013.

VAZ, Gil Nuno. *História da música independente*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

WARTH, Cristina; SÁ, Eliana. *Carta aberta aos futuros Deputados, Senadores, Governadores*. E ao futuro Presidente da República. 19 ago. 2010. Disponível em: <<http://musaeditora.com.br/artigos/libre-carta-aberta-aos-futuros-deputados-senadores-governadores-e-ao-futuro-presidente-da-republica/>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

CAPÍTULO 11

Marketing de conteúdo: a busca das editoras brasileiras em aproximar e conquistar leitores

DANUSA ALMEIDA DE OLIVEIRA

Introdução

A partir do estudo *Desempenho do mercado livreiro: uma análise de 10 anos da pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro* realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe/USP) (2016) para o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (Snel) e a Câmara Brasileira do Livro (CBL), é possível identificar o panorama da produção e vendas do setor editorial brasileiro em um período de dez anos, ou seja, de 2006 a 2015. De acordo com Neto (2016), esse estudo revela a perda de uma década para o mercado editorial, visto que as vendas de livros de todos os segmentos – Didáticos, Obras Gerais, Religiosos e Científicos, Técnicos e Profissionais (CTP) – apresentaram performance abaixo à do PIB do país, mesmo ocorrendo nesse período de dez anos uma queda no preço médio dos livros lançados no mercado.

Talvez esse panorama contribua para justificar algumas das mudanças que ocorreram no meio editorial, como a fusão, iniciada em 2014, da editora Companhia das Letras com a editora internacional Penguin Random House, formando o Grupo Companhia das Letras (CALIL,

2015). Já a editora Cosac Naify encerrou suas atividades após 18 anos de funcionamento, tendo parte de seu catálogo comprado pela empresa *Amazon* (CAZES; GIANNINI, 2015). No entanto, é válido lembrar que ao longo desses dez anos o mercado editorial não somente foi marcado por uma crise, mas também por momentos de euforia e expectativa com o surgimento do *Ipad* lançado pela Apple em 2011. Discussões quanto ao que as novas tecnologias poderiam provocar no mercado editorial, principalmente devido aos livros digitais e aos aparelhos capazes de promover a leitura desses (como, por exemplo, os *tablets*, *eReaders* e *smartphones*), passaram a ser pauta por um longo tempo, e ainda permanecem como uma discussão constante dentro dos diferentes segmentos da cadeia do livro.

Diante desse quadro de transformação e, ao mesmo tempo, expectativas, é importante refletir como as editoras brasileiras estão se relacionando com seus leitores. Afinal, períodos de baixa venda forçam as empresas a buscarem um relacionamento mais sólido com seus clientes. Além disso, as novas ferramentas que surgem com o desenvolvimento das tecnologias contribuem para que esse mesmo relacionamento se renove, ajudando nessa solidificação.

Contudo, para que ocorra essa aproximação das editoras com seus leitores, torna-se necessário traçar algumas estratégias. Esse artigo intenciona, justamente, lançar um olhar mais atento ao chamado marketing de conteúdo que vem sendo utilizado por algumas editoras brasileiras como forma de conquistar seus leitores. Mesmo não existindo dados ainda, em números, do quanto o marketing de conteúdo fortalece as relações entre editoras e leitores, esse estudo toma como objetivo compreender o que é marketing de conteúdo, assim como mapear os principais tipos de conteúdo produzidos, no meio *on-line*, pelas editoras brasileiras que se utilizam do marketing de conteúdo para aproximarem e conquistarem seus leitores. Busca-se refletir sobre os resultados que essa estratégia pode trazer às editoras.

Portanto, para se mapear os tipos de produção de conteúdo foram selecionadas algumas editoras. Essa seleção partiu da lista “20 editoras mais populares do facebook” divulgada em 2015 – e realizada pelo blogueiro Sérgio Pavarini, que de 2011 até 2015 desenvolveu e publicou no blog *livros só mudam pessoas* listas mensais com o ranking das editoras mais

populares nas principais redes sociais. Conforme, mais uma vez, matéria publicado no site *PublishNews*, essa listagem e enumeração “É a única do tipo no segmento editorial e retrata o crescente investimento das empresas nessa área” (CARRENHO, 2013). Assim, para o desenvolvimento do presente trabalho, utilizou-se de pesquisa eletrônica, de levantamento bibliográfico e de uma entrevista – realizada especialmente para esse artigo, com o fundador e CEO do site *PublishNews*, Carlo Carrenho¹, onde foi possível compreender, de modo mais claro, a relação entre o marketing de conteúdo e o mercado editorial.

Uma breve visão sobre o marketing

O marketing nasceu em torno de 1940 nos EUA, e “[...] ninguém conseguiu fazer mais sucesso do que eles, os americanos, pelo menos nessa área.” (COBRA, 2009, p. 17). Em 1954, no Brasil, a Fundação Getúlio Vargas foi a primeira Universidade a inserir o marketing (denominado nesse período de mercadologia) no currículo da Escola de Administração, contudo, foi a partir de 1970 que os profissionais passaram a existir e ganhar espaço em grandes empresas como Souza Cruz, Kibon, Lever, entre outras (COBRA, 2009). Mas o marketing, em seu desenvolvimento, ampliou-se e passou a ser utilizado como estratégia para diferentes segmentos. Por isso a necessidade de se olhar brevemente para o seu desdobramento ao longo do tempo.

O novo posicionamento do marketing frente ao mercado

Ao se pensar no significado da palavra marketing, há determinados estudos como os dos autores Walter Longo (2014) e Ricardo Rosseto Rodrigues (2014), que diferenciam o marketing de acordo com o surgi-

1. Carlo Carrenho é o fundador e CEO do *PublishNews*. Formado em Economia pela FEA-USP, especializou-se em Edição de Livros e Revistas no Radcliffe Publishing Course, em Cambridge (EUA). Atualmente é advisor da Bookwire e da BR75, além de embaixador no Brasil da plataforma de acessibilidade Bookshare. Como especialista no mercado de livros, já foi convidado para dar palestras e participar de mesas em países como EUA, Alemanha, China, África do Sul, Inglaterra e Emirados Árabes, entre outros. É co-coordenador do curso MBA Book Publishing, da Casa Educação em São Paulo, depois de coordenar por diversos anos o curso de pós-graduação da FGV-RJ sobre o negócio do livro. Disponível em: < <http://www.publishnews.com.br/editorias/colunas/carlocarrenho>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

mento da web, ou seja, antes e depois da mesma, mostrando que tal área, antes da internet, nasceu ligada à publicidade e ambas eram consideradas sinônimo, tendo apenas como diferencial o fato do marketing envolver-se com o gerenciamento de marcas (*branding*). Porém, para Longo (2014, p. 637), essas velhas regras não representam o novo pensamento do marketing, afinal “Nada disso é mais verdade. A web transformou as regras, e você deve transformar o seu marketing para conseguir o melhor do mercado e ideias aberto pela web”.

Desse modo, os profissionais do marketing perceberem que o mercado, segundo Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017), ocorre não mais em consequência às novas tecnologias, mas devido à convergência entre elas que pode levar à “convergência entre o marketing digital e o marketing tradicional” (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017, p. 232). Kotler (2012) acredita que o marketing evoluiu para a versão 4.0, sendo essa um “aprofundamento em um alargamento do marketing centrado no ser humano para abranger todos os aspectos do percurso do consumidor” (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017, p.247). Portanto, ao se preocupar em se relacionar de forma direta, o marketing passa a olhar para nichos e segmentos especiais, buscando compreender melhor o cliente e suas necessidade, a fim de gerar estímulos e trocas de forma espontânea que podem resultar, até mesmo, em produtos customizados (RODRIGUES, 2014).

Tendo como pressuposto que o marketing está, de fato, centrado no ser humano, a relação entre empresas e consumidores modifica-se, pois esses passam a exigir muito mais honestidade, transparência e qualidade por parte das marcas, tanto na forma de divulgar seu serviço/produto, quanto no modo de gerar conteúdo – palavra que tem sido considerada essencial por muitos profissionais da comunicação e do marketing. Por isso a necessidade de se compreender o que se denomina como conteúdo, para, em seguida, chegarmos ao conceito de marketing de conteúdo.

O conteúdo como elemento essencial para os negócios

Com o desenvolvimento da internet, a produção de conteúdo passou a ser diversificada e descentralizada. As mídias tradicionais (TV, rádio e impresso) deixaram de concentrar anúncios e informação, perdendo

espaço para a convergência de mídias que a web proporcionou. Com o amadurecimento da internet desde a sua abertura comercial no Brasil (em torno de 1995), cresceu a busca por informações, assim como de ferramentas que permitiram uma maior produção de conteúdo, fazendo da web uma estratégia para se conquistar audiência. Cada indivíduo tornou-se capaz de gerar e distribuir de forma independente diferentes tipos de conteúdo – e não, necessariamente, de forma amadora e sem qualidade. A elaboração de materiais de qualidade ajudou a desestruturar o modelo existente de produção, distribuição e recepção dessas informações.

Por isso é válido um olhar mais atento ao que denominamos conteúdo, porque todo arquivo original criado pode ser considerado conteúdo, independente do seu formato (texto, vídeo ou áudio, por exemplo). Portanto, “Conteúdo não se limita a palavras. Profissionais de marketing [...] diversificam o conteúdo – com fotos, feeds de áudio, vídeos, desenhos animados, gráficos e tabelas – para informar e divertir os visitantes de seus sites” (SCOTT, 2015, p. 207). De acordo com esse pensamento, os profissionais Rafael Rez, Ellien Saccaro e Alex Moraes (2014) explicam que conteúdo não é somente texto, mas que o principal está em criar uma personalidade para o conteúdo, pois essa é uma forma rápida das empresas se aproximarem dos consumidores e perceberem o retorno quanto ao investimento realizado. Afinal, “Se quisermos ir além, conteúdo também tem que seguir uma linha editorial (ter uma cara), ser planejado, consistente, otimizado, compartilhável, de boa conversão e gerar bom ROI” (REZ; SACCARO; MORAES, 2014, p. 17).

Tal questão também está alinhada com a autora Rebecca Lieb (2011), visto que a mesma acredita que “A primeira regra para saber que tipo de conteúdo você vai criar é saber para quem você está criando” (LIEB, 2011, p.15, tradução nossa)². Por isso, Lieb (2011) separa o conteúdo em três categorias básicas: informação, entretenimento e educação e utilidade, divisão que contribui para compreender como e para quem direcionar o conteúdo. Ou seja, conhecer o público e centrar no indivíduo ajuda a identificar de que forma o conteúdo deve aparecer e onde ele deve ser distribuído. Mas para melhor definirmos o que é conteúdo, adotaremos a

2. Texto original: “The first rule of knowing what kind of content you’ll create is knowing who you’re creating it for”.

visão mais ampla de Rez (2016, p. 29):

Uma história emocionante de sucesso de uma pessoa que conseguiu se superar é conteúdo. Um case de um produto é conteúdo. Um comparativo é conteúdo. Tudo o que se faz, e tudo o que ajuda as pessoas a entenderem o que a marca faz, é conteúdo. É a chamada perfeita de captura e é também um livro de 500 páginas que demorou dois anos para ser escrito. Em cada fase da jornada do consumidor, é preciso usar conteúdo.

Assim, podemos pensar o planejamento e a organização do conteúdo como uma estratégia das empresas para contarem a sua história. Portanto, “É interessante entender que por trás de toda estratégia de conteúdo existe uma estratégia de marca. Sempre há um objetivo a ser alcançado” (REZ, 2016, p. 14).

Quando o objetivo vai ao encontro dos desejos do consumidor, o conteúdo é visto como um diferencial, tornando-se relevante. Então, uma empresa pode ter um retorno financeiro ao apostar no conteúdo ou pode agregar uma imagem positiva a sua marca, aproximando-se do consumidor e fazendo parte da rotina dele. E frente a isso, encontra-se o que as empresas têm adotado como marketing de conteúdo.

Marketing de conteúdo: conceito e contexto

O chamado marketing de conteúdo pode ser compreendido como a solidificação do conteúdo como estratégia para negócios, podendo se concentrar na *web* ou fora dela. É necessário lembrar que o termo marketing de conteúdo não é considerado por pesquisadores como um conceito novo, visto não ter nascido na era digital.

A primeira ação plenamente registrada do que hoje chamamos de marketing de conteúdo data de 1895, com a revista *The Furrow*. A John Deere, fabricante de tratores e máquinas pesadas, criou uma revista que não vendia diretamente seus equipamentos para fazendeiros, mas apresentava a eles novas tecnologias e os ensinava como essas novas técnicas poderiam torná-los mais bem-sucedidos em seus negócios. (REZ; SACCARO; MORAES, 2014, p.12).

Apesar de não estar vinculado ao nascimento da *web*, o marketing de conteúdo teve o seu pleno desenvolvimento com a internet e o *e-commerce*, sendo visto com uma das ações que compõem o marketing digital. Essa relação do marketing de conteúdo e o digital torna-se clara quando se pensa na possibilidade que o marketing de conteúdo oferece de agregar, aproximar e centralizar as demais ações promovidas pelo marketing digital. Desse modo, “Nenhuma outra estratégia de marketing digital individualmente consegue alimentar, nutrir e estruturar todas as outras. Só o conteúdo é parte integrante de cada uma das diferentes etapas de marketing” (REZ, 2016, p.3). Para melhor definição, utilizemos as palavras de Cláudio Torres (2009, p. 87):

O marketing de conteúdo é o uso do conteúdo em volume e qualidade suficientes para permitir que o consumidor encontre, goste e se relacione com uma marca, empresa ou produto. Portanto, marketing de conteúdo é uma das ferramentas on-line disponíveis para utilização em sua estratégia de marketing [...] Entretanto, o marketing de conteúdo tem suas regras. Existem coisas que funcionam e outras nem tanto. Você precisa pensar em seu consumidor e no que ele precisa e em como gerar esse conteúdo de uma forma economicamente viável, afinal, você não é um jornal ou uma revista. Então, o primeiro passo é planejar.

Ainda seguindo o raciocínio de Torres (2009), o autor afirma que o planejamento do conteúdo passa pela definição de algumas questões que giram em torno do público-alvo. Então é necessário entender quem é o público-alvo; o que se deseja do público-alvo; como se comporta o público-alvo; que tipo de conteúdo produzir para o público-alvo e como concretizar a produção desse conteúdo. A marca que conseguir a resposta para essas perguntas, tende a fortalecer suas outras estratégias.

Como contribuição para se entender a definição de marketing de conteúdo e a sua relevância para os negócios, a empresa brasileira Rock Content (uma agência especializada em produção de conteúdo), desenvolveu o relatório Content Trends 2018, onde é possível encontrar as tendências adotadas em todo o Brasil quanto ao marketing de conteúdo. Tal relatório pode ser obtido por e-mail, quando realizada uma solicitação para a empresa Rock Content. Desse modo, é relevante mencionarmos

alguns dados que o mesmo relatório aponta (ROCK CONTENT, 2018). A pesquisa mostra, por exemplo, que em relação ao retorno e resultados, as empresas que adotam o marketing de conteúdo recebem cerca de 2,6 vezes mais visitas em seus sites e 3,7 vezes mais leads (informações e contato de clientes em potencial) do que os negócios que não implementaram a mesma estratégia, pois investem em conteúdo relevante e não somente em informações institucionais. Há outros dados também relevantes, como o das empresas que publicam conteúdo em um blog terem duas vezes mais visitas em comparação às empresas que não apresentam um blog. Empresas que publicam em seu site uma média de 13 conteúdos por mês geram o dobro de tráfego; em torno de 61,8% das organizações afirmam que pretendem aumentar seus investimentos em marketing de conteúdo em 2018. Importante também apontar que em relação aos resultados das edições anteriores da pesquisa Content Trends, as empresas investiram mais em redes sociais de um ano para o outro, sendo que o Facebook (97,7%) continua sendo a rede social mais usada, apesar do Instagram (80,8%), do LinkedIn (61,3%) e do Youtube (51,9%) estarem em ascensão. Tais informações são essenciais para o mercado porque marketing de conteúdo não está limitado a textos de blog ou postagens de Facebook. Existem outras formas de executar um planejamento com base no conteúdo, seja a partir da atualização do blog, da organização de conteúdos relevantes, vídeos, redes sociais e até e-mail marketing.

Assim, por intermédio desses caminhos, a produção de conteúdo contribui na construção do relacionamento com o cliente, auxiliando-o a conhecer os serviços, produtos, e até mesmo soluções oferecidas por uma marca. Além disso, oferece informações que fazem sentido para o consumidor, pois ajuda a empresa a conhecer de forma mais eficiente o perfil de seu cliente. E ao oferecer algo que faça sentido e que tenha pertinência na vida desse indivíduo, consegue aproximar e criar um laço de confiança, sem precisar do uso exagerado da publicidade, onde há, recorrentemente, uma ordem de que é preciso comprar. O marketing de conteúdo segue uma lógica comercial, apesar de não visar somente o aumento de venda, mas também a fidelização de um determinado público. E é nesse ponto que o marketing de conteúdo e as editoras brasileiras conectam-se.

Editoras brasileiras: o conteúdo como estratégia para aproximar leitores

Em 2015, Pavarini lançou no blog *livros só mudam pessoas*, uma lista com o ranking das 20 editoras mais populares no Facebook. Tendo o número de curtidas como parâmetro para enumerar a posição das editoras, a intenção da lista era mostrar o interesse dos leitores ao seguirem essas marcas nas redes sociais. E tal questão contribui para o presente trabalho porque as editoras mais curtidas tendem a ser as mais lembradas devido a algum serviço diferenciado ou a determinadas ações de marketing.

Portanto, com o propósito de mapear os principais tipos de conteúdo produzidos, no meio *on-line*, pelas editoras brasileiras que se utilizam do marketing de conteúdo para aproximarem e conquistarem seus leitores, escolheu-se tomar esse ranking que envolve o Facebook como base. Até pelo fato de que o relatório *Content Trends 2018* mostra que o Facebook, em 2018, continua sendo a rede social mais utilizada pelas empresas brasileiras (com 97,7% de adesão).

No entanto, como a última atualização do ranking se deu em 2015, o número de curtidas das 20 editoras avaliadas foram atualizadas (pela autora do presente artigo) no mês de julho de 2018. O intuito foi manter as mesmas editoras avaliadas em 2015, mas perceber quais delas mudaram de posição, buscando identificar se as editoras que subiram no ranking apostaram em alguma estratégia de marketing de conteúdo. Nessa atualização das curtidas, obteve-se o resultado apontado no Quadro 1, onde estão grifadas em *bold* aquelas editoras que ultrapassaram posições, ficando à frente de outras editoras:

2015		2018	
1.	2.400.000 Chiado	1.	2.731.569 Chiado
2.	952.000 Intrínseca	2.	2.040.390 Intrínseca
3.	885.000 Saraiva	3.	1.050.111 Saraiva
4.	688.000 Record	4.	961.237 Record
5.	565.000 Arqueiro	5.	923.979 Rocco
6.	487.000 Rocco	6.	906.939 Darkside Books
7.	476.000 Cia das Letras	7.	829.845 Arqueiro
8.	443.000 Darkside Books	8.	650.334 Cia das Letras
9.	330.000 Novo Conceito	9.	422.505 Sextante
10.	272.000 Sextante	10.	415.737 Universo dos Livros
11.	219.000 Universo dos Livros	11.	372.117 Novo Conceito
12.	208.000 Leya Brasil	12.	352.721 Suma de Letras (Objetiva)
13.	203.000 Impetus	13.	298.215 Leya Brasil
14.	184.000 CPAD	14.	264.038 Impetus
15.	175.000 Suma de Letras (Objetiva)	15.	235.152 CPAD
16.	162.000 Casa Publicadora	16.	227.371 Casa Publicadora
17.	155.000 Mundo Cristão	17.	199.107 Galera Record
18.	148.000 Galera Record	18.	183.002 L&PM Editores
19.	144.000 L&PM Editores	19.	183.158 Mundo Cristão
20.	121.000 Hagnos	20.	135.839 Hagnos

Quadro 1 – Atualização do número de curtidas do ranking as “20 editoras mais populares no Facebook” criado pelo blogueiro Sérgio Pavarini.

Fonte: Elaborado pela autora

Ao se comparar os anos estabelecidos no Quadro 1, percebe-se que todas as 20 editoras angariaram mais de dez mil curtidas, ao longo do período em questão, elevando o número de seguidores. Mas somente sete editoras ultrapassaram a antiga posição de 2015, sendo elas: Rocco, Darkside Books, Sextante, Universo dos Livros, Suma de Letras, Galera Record e L&PM Editores. Desse modo, para um mapeamento mais detalhado, propõem-se analisar somente essas editoras que subiram de posição no ranking. Cabe apenas observar que a editora Suma de Letras é um selo

da editora Objetiva, cuja compra, em 2015, foi realizada pela editora Companhia das Letras. Mesmo assim, o site e o Facebook a serem analisados serão da editora Suma de Letras. Do mesmo modo, a editora Galera Record é um selo da editora Record, mas a análise se manterá com o site e Facebook da Galera Record.

Assim, é válido reforçar que além desse filtro realizado na escolha das editoras a serem estudadas, também se utilizou de pesquisa eletrônica e levantamento bibliográfico, possibilitando cruzar autores renomados quanto às áreas da comunicação e do marketing, pois este trabalho também busca refletir sobre os resultados que essa estratégia do marketing de conteúdo pode trazer às editoras. Para se construir um olhar mais apurado quanto ao mercado, optou-se também por adicionar ao trabalho um questionário estruturado em quatro perguntas e respondidas via correio eletrônico³ pelo fundador do site *PublishNews*, Carlo Carrenho, a fim de elucidar de forma clara questões como: as dificuldades encontradas pelas editoras brasileiras em aproximarem-se de seus leitores; o chamado marketing editorial; o conteúdo como forma de conquistar leitores e a ligação do marketing de conteúdo com as editoras.

Então, para se apontar quais produções estão sendo disponibilizadas pelas editoras selecionadas (além dos tradicionais catálogos e sinopses de livros), é preciso retomar o que se compreende por conteúdo, assim como marketing de conteúdo. Quando relacionado ao mercado editorial, Carrenho (2017a) nos diz que “As editoras vendem conteúdo. Livro é conteúdo. Portanto, nada mais óbvio do que usar conteúdo para vender o seu conteúdo”. Para Torres (2009, p. 84), o conteúdo produzido é mais relevante do que o contexto ou endereço onde ele se encontra:

O consumidor passou a buscar informação útil e relevante, ou seja, conteúdo, antes de qualquer outra coisa. O conteúdo pode vir no formato de texto, comparação entre produtos, comentários sobre produtos, vídeos, áudios, etc. Não importa o formato, tudo acaba sendo informação para o consumidor.

E quanto ao marketing de conteúdo, o escritor Joe Pulizzi (2016) acredita que é uma estratégia que prioriza a experiência despertada, então

3. CARRENHO, Carlo. [Entrevista]. Entrevista concedida a Danusa Almeida de Oliveira via correio eletrônico: danusaoliveira08@gmail.com, 28 abr. 2017.

incentiva que as pessoas sejam úteis umas com as outras, contribuindo para o sentimento de comunidade e compartilhamento de conteúdos enriquecedores. A empresa que acaba incentivando esse tipo de pensamento e valorizando a experiência a partir do conteúdo, tende a ganhar liderança e confiança de diferentes grupos. Para Catherine Toole (2014), fundadora e presidente do conselho da agência de *copywriting* digital *Sticky Content*, o marketing de conteúdo também precisa estar centrado no cliente:

Marketing de conteúdo tem a ver com engajar os clientes em potencial e os consumidores com conteúdo informativo ou divertido que eles vão querer usar ou consumir por si mesmos, no lugar de empurrar ou interrompê-los com vendas diretas ou mensagens promocionais. Isso não quer dizer, é claro, que não se trata de uma atividade comercial - apenas que o consumidor mudou e, por isso, o marketing deve mudar também.

O marketing de conteúdo, então, apresenta um viés comercial e visa algum tipo de ganho em suas ações. Ou seja, além de aumentar as vendas, uma ação com base no conteúdo pode fortalecer a imagem da marca, aumentar a sua visibilidade e melhorar o relacionamento com o cliente a ponto de ter a possibilidade desse consumidor vir a se tornar um disseminador da marca. Há exemplos disso envolvendo o próprio mercado editorial, como no caso da editora Penguin Random House que desenvolveu um site denominado *Brightly*¹, com a intenção de publicar artigos, dicas e resenhas ligados à literatura e que servem de referência para os pais que desejam incentivar seus filhos a lerem. Os livros indicados e comentados não são apenas da editora, mas também de outras, sinalizando que o interesse da Penguin vai além de uma possível publicidade, visto que ela gera conteúdo gratuito e não relacionado unicamente ao produto da própria marca.

Frente a isso, quanto às editoras selecionadas para análise desse trabalho, buscou-se apontar quais tipos de conteúdo cada uma apresenta no próprio site e Facebook. Para isso, estruturou-se o Quadro 2, onde se apresentam os principais formatos de distribuição de conteúdos utilizados entre as editoras escolhidas, ou seja: texto, imagem, áudio, vídeo, jogo, esquema, livro e *hotsite*. No mesmo quadro é apontada a relação das editoras com os formatos que cada uma oferece, sendo viável comparar as

editoras entre elas mesmas e verificar a diversidade e o tipo de conteúdo oferecido. Para ficar claro o significado de cada formato adotado por esse artigo, foi adicionado no Quadro 2 uma legenda de como interpretá-los.

Então, a partir disso, algumas questões pertinentes se destacaram durante a análise: a) Editoras que pouco apostam no marketing de conteúdo podem ser populares e lembradas devido ao nicho com que trabalham; b) Os selos editoriais pertencentes às editoras maiores também investem em marketing de conteúdo específico para sua linha de livros; c) Imagem e vídeo são os dois tipos de linguagem que as editoras mais apostaram, enquanto áudio, jogos, infográficos e hotspots são pouco ou quase nada utilizados como estratégia; d) Não se identificou ações mais criativas como a da editora Penguin, citada anteriormente, que desenvolveu um site que passou a ser referência como ferramenta de pesquisa em relação à literatura infantil.

Quanto ao fato das editoras serem populares e lembradas devido ao nicho com que trabalham (a), a editora Darkside Books pode servir de exemplo, visto que, de acordo com o Quadro 2, ela é uma das editoras que menos investe em produção de conteúdo. Por não existir um blog próprio, não há uma produção textual frequente em uma outra plataforma ou meio que não seja pela *newsletter*, na qual o leitor pode inscrever-se, deixando de aproveitar a oportunidade de gerar matérias que sejam de fácil acesso a todos os leitores (sem a necessidade de assinar a *news*), aproximando o leitor do seu universo. O Facebook apresenta textos curtos, sendo as postagens predominantemente de fotos. Além disso, a editora não oferece resenha, trechos ou o primeiro capítulo dos livros para serem lidos no site, tendo apenas uma sinopse da história.

Editoras		Formatos de distribuição do conteúdo							
		A) Texto	B) Imagem	C) Áudio	D) Vídeo	E) Jogo	F) Esquema	G) Livro	H) Hotsite
1	Rocco	X	X		X				
2	Darkside Books		X		X				
3	Sextante	X	X		X			X	
4	Universo dos Livros		X		X			X	
5	Suma de Letras		X		X			X	X
6	Galera Record		X		X			X	
7	L&PM Editores	X	X	X	X	X		X	X

A) Texto: Considera-se texto a produção frequente e contínua de textos (como artigos, matérias, entrevistas) encontradas no Facebook, site ou no blog (caso a editora ofereça algum endereço).

B) Imagem: Além das fotos para as redes sociais, dentro da categoria imagem estão os wallpapers, gifs, capas prontas para mídias sociais e materiais extras (como marcador de páginas) oferecidos para *download*.

C) Áudios: Considera-se áudio materiais como *podcasts*, entrevistas ou músicas para *download* ou para serem escutados de modo *on-line*.

D) Vídeo: São considerados vídeos, todos os materiais audiovisuais desenvolvidos para divulgar os livros ou que estejam relacionados ao universo do livro (como *booktrailer*, entrevistas, programas especiais)

E) Jogo: São considerados jogos as atividades de multimeio que envolvem interações e são disponibilizadas para serem realizadas de forma *on-line* e depois compartilhadas (como quebra-cabeça, palavras cruzadas, jogo da memória, entre outros).

F) Esquema: Considera-se esquemas materiais como infográficos, relatórios e pesquisas oferecidas para *download*.

G) Livro: Dentro da categoria livro, considera-se como conteúdo os trechos ou capítulos dos livros, além dos livros completos, oferecidos para serem lidos de modo *on-line* ou para *download*, independente da sua extensão (PDF ou Epub, por exemplo). Catálogos não fazem parte dessa categoria.

H) Hotsite: Devido ao esforço que o *hotsite* demanda para ser produzido, ele está sendo considerado como um conteúdo à parte, mesmo sendo possível encontrar nele todos os conteúdos mencionados no quadro em questão. É levado em conta os *hotsites* criados para divulgar um autor ou uma obra em especial.

Quadro 2 – Comparativo quanto à produção de conteúdo oferecido pelas editoras selecionadas.

Fonte: Elaborado pela autora

Mas, ao mesmo tempo, vale lembrar que a editora Darkside é a primeira editora brasileira dedicada, exclusivamente, à literatura de terror e fantasia. Ou seja, a marca abrange um determinado nicho adepto às histórias de terror, assassinato e aos livros chamados *darklove*, por exemplo. Como o público desse nicho tende a ser jovem, talvez seja o motivo para que a editora aposte somente na produção de imagens e vídeos. E uma das produções de vídeo que melhor mostra a estratégia de marketing de conteúdo da editora é uma série de vídeos (ao total cinco – sendo considerados missões) que propõem diferentes desafios e premiações. Os vídeos são chamados de Desafio *The Game Darkside* e são realizados a partir de uma parceria com canal de Youtube *Geek Freak* e baseiam-se na trilogia do livro “*The Game*”, onde o personagem principal também precisa cumprir alguns desafios para vencer um determinado jogo. Os vídeos incentivaram que o próprio leitor gerasse conteúdo ligado à editora, sendo que as missões envolviam produção de resenhas e compartilhamento de textos, fotos e vídeos, com a promessa dos leitores serem premiados com um *Iphone 5C* e com a trilogia completa da série *The Game*.

Em relação aos selos editoriais (b), tanto a editora Galera Record quanto a Suma de Letras, apresentam site e Facebook próprios com uma produção de conteúdo independente da marca maior a qual pertencem. Ambas editoras apostam em imagens, vídeos e livros, mas não apresentam um blog próprio. O Facebook acaba contendo mais imagens do que textos, sendo que o diferencial entre essas duas editoras está no fato de que a Galera Record oferece para download *wallpaper*, *gifs*, cartões postais e marcadores de páginas com a temática dos seus livros, deixando para seus leitores jovens a livre escolha de adquirirem materiais extras de forma rápida, sem precisarem de uma busca aleatória na internet para conseguí-los. Já a Suma de Letras disponibiliza um espaço chamado “interativas” onde se encontram tanto os vídeos produzidos (com entrevistas e *booktrailer*) quanto os *hotsites* dos livros de destaque. Talvez seja possível compreender, a partir das reflexões de Carrenho (2017a), o motivo de ambos selos editoriais não oferecerem um planejamento mais criativo quanto à produção de conteúdo:

Aqui vale uma reflexão minha que eu não acredito muito em selo editorial. A marca do livro é muito mais que o autor, do que a edi-

tora, então qualquer marketing de conteúdo que você tem que fazer tem que ter em mente que o que você tem que vender ali é o seu autor ou um determinado livro para um determinado público. Se você tem uma linha muito específica, muito nicho, talvez aí sim você consiga vender sua marca para um determinado público como faz a Darkside. Mas se você não tiver isso extremamente definido [...] o que você tem que fazer é vender o autor e não o selo.

O Quadro 2 também permite conferir que todas as editoras apostaram em imagens e vídeos (c), fato que vai ao encontro dos resultados da 4ª edição da pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil*, ao mostrar que 44% dos entrevistados, em seu tempo livre, preferem assistir vídeos ou ver filmes em casa, enquanto que somente 24% prefere ler livros, impressos ou digitais (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2016).

Já áudio, jogos e *hotsites* são diferentes formas de gerar conteúdo, mas ainda pouco utilizadas. Apenas a editora L&PM oferece em seu site um número variado de conteúdos, além de explorar textos e imagem no Facebook e no blog. A editora apresenta uma produção de *podcasts*, onde é possível ouvir on-line ou fazer download de entrevistas, bate-papo, poemas, contos e aulas de história. Além disso, na página inicial do site há uma série de jogos interativos à disposição, como jogo de palavras, quebra-capa, acerte na frase, jogo da memória, o que é o que é, fatos e mitos. Esses jogos são chamados de L&PM games e são todos ligados aos trabalhos da empresa. A editora também disponibiliza um *hotsite*, dedicado unicamente à escritora Agatha Christie, cujos livros representam um importante trabalho dentro da editora. Portanto, diferente da editora Suma de Letras, a L&PM apresenta um único *hotsite*, mas trabalha profundamente na produção de vídeos, apresentando um espaço chamado WebTV, onde se encontra uma série de títulos para o leitor assistir (desde *booktrailers* até vídeos relacionados a obras, poemas, receitas, quadrinhos, etc).

E ao se pensar em ações mais criativas (d), como a criação de sites ou assinatura de conteúdo, percebe-se que ainda falta planejamento para explorar o marketing de conteúdo de forma mais eficiente dentro das editoras. Carrenho (2017a) nos alerta dizendo:

Marketing de conteúdo não é nem uma opção para as editoras, é uma imposição da própria realidade do produto que há [...] no

caso de um livro, o livro em si é conteúdo, então esse é um caminho, de uma certa forma, por um lado, mais fácil porque o conteúdo está ali e basta usar [...] por outro lado é muito fácil se acomodar com essa situação e você não fazer um marketing de conteúdo mais criativo, tentando buscar outras coisas. Usar marketing de conteúdo para atrair o seu leitor, acho extremamente válido.

As editoras Rocco, Sextante e Universo do Livro, por exemplo, são semelhantes quanto à escolha do tipo de formato de distribuição de conteúdo, não variando a forma de produção e entrega das informações. Os textos são explorados por postagens no Facebook ou algumas matérias e dicas no blog. As imagens são semelhantes, tanto no visual quanto na distribuição (Facebook e Instagram), pois são imagens com trechos dos livros ou pensamentos de autores de destaque. Elas apresentam a possibilidade de ler o primeiro capítulo do livro ou assistir a uma entrevista produzida em vídeo, ou seja, são formas recorrentes de atrair o leitor. Contudo, são as mesmas ações de outras editoras, tornando-se difícil uma diferenciação quanto ao tipo de conteúdo produzido e a forma de ser distribuído.

Por último, percebeu-se também que algumas editoras não apresentam blogs, perdendo a oportunidade de gerar material relevante. Essa questão pode se tornar um problema para a empresa, pois de acordo com o *Content Trends 2018*, os três formatos de conteúdos mais eficazes no topo de funil são os *posts* em blog (68,1%), *posts* em redes sociais (65,3%) e vídeos (43,2%) (ROCK CONTENT, 2018).

Então, se a organização não desenvolve um blog (ou não atualiza), corre o risco de não ser lembrado facilmente se o nicho da sua marca valoriza esse tipo de mídia social. Além do mais, o não desenvolvimento de uma determinada mídia, ou sua falta de manutenção, pode denunciar uma questão recorrente dentro das editoras: uma equipe enxuta. No momento em que não há um grupo suficiente para produzir conteúdo com frequência, algumas empresas chegam a terceirizar essa função. A partir disso, vejamos no próximo item os benefícios e as dificuldades encontradas pelas editoras quanto a prática do marketing de conteúdo.

Marketing de conteúdo e mercado editorial resultados para além da conquista do leitor

A marca é um dos pilares mais importantes de uma empresa, procurando ser a representação dos principais valores de uma organização. Então, é necessário investir na imagem que a marca gera para que as qualidades e vantagens se destaquem aos olhos do cliente. Desse modo, a marca precisa transmitir confiança. Sendo assim, torna-se essencial trazer novamente as palavras de Carrenho (2017a), que acredita que o marketing de conteúdo é importante para a editora, mas essa não deve se preocupar em fortalecer sua marca, visto que existem dois clientes principais: as livrarias (cliente B2B) e o leitor (cliente final). Buscar, a partir do conteúdo, agregar valor à marca, é uma ação válida para as livrarias, mas não para os leitores:

[...] se você perguntar para qualquer editora quem é o seu maior cliente, eles vão responder que é a Saraiva no Brasil. E não, o maior cliente não é a Saraiva, o maior cliente é o leitor [...] mas então, você tem esse dois clientes para agradar [...] as editoras muitas vezes confundem as ações para essas duas coisas, e na hora de fortalecer a marca, aí sim é importante fortalecer a marca para o comprador de livraria, é importante quando ele ouvir o nome Sextante, ele sabe mais ou menos que tipo de linha é, como essa editora se comporta, para esse comprador que é preciso comprar centenas de livros de editoras brasileiras, a marca é importante. Para o consumidor final, se você for perguntar para as pessoas que estão lendo qual a editora do livro que elas estão lendo a maioria das pessoas nem sabe. Então, para o consumidor final o que você tem de valorizar não é marca do seu livro, mas o autor, o tema ou algo assim.

Então, pode-se pensar que a fidelização do cliente, frequentemente, ocorre quando esse se identifica e desenvolve um laço afetivo com a editora ou com o livro e o autor lançado por ela. Sendo assim, ao se pensar nas editoras, o marketing de conteúdo as beneficia quando direcionado para o público adequado. A editora fortalece o relacionamento com o cliente ao mostrar interesse e preocupação com o tipo de informação que ele consome. Quanto a isso, Torres (2009, p.102) lembra que o “[...] marketing de conteúdo tem que ser ativo. Estamos falando de relacionamento. Seu cliente quer interação, não conteúdo estático [...] Isso afasta os usuá-

rios e não cria fidelidade”. Na visão de Carrenho (2017a), a estratégia de utilizar o marketing de conteúdo para conquistar seu leitor é essencial, pois é “[...] uma ideia importantíssima, até porque as editoras vendem conteúdo e é o que elas mais têm que fazer, até porque o consumidor final dela já está interessado em conteúdo”. Portanto, ao entregar informação relevante e interessante, o público percebe que o conteúdo foi produzido com a intenção de beneficiá-lo. A partir disso, a editora passa a ser vista como uma organização que oferece soluções, diferenciando-se aos olhos do consumidor.

Além disso, quando o marketing de conteúdo é planejado de modo eficiente, tende a solidificar a presença da empresa no meio online, sendo possível que a editora se torne, para o próprio mercado, uma referência dentro desse espaço. Outra vantagem em se trabalhar o conteúdo é a oportunidade de alcançar e manter diferentes nichos, gerando informação significativa e de qualidade para o indivíduo, que passa a ter o seu perfil levado em consideração. Vale lembrar que Pulizzi (2016) aborda a questão do nicho de conteúdo dizendo que o melhor caminho para uma empresa é iniciar o seu trabalho com um grupo menor de clientes e que seja rentável para se descobrir e tomar a decisão de qual nicho explorar. Isso evitaria grandes riscos e permitiria passar a trabalhar com outros diferentes nichos, produzindo conteúdo específico para cada grupo.

Por outro lado, é importante apontar a falta de compreensão por parte de algumas editoras quanto à forma de utilizar o marketing de conteúdo ou à relevância dele dentro da empresa. É compreensível que isso ocorra nas editoras que sequer apresentam um setor de marketing ou de comunicação dedicado, exclusivamente, para se pensar em ações que promovam a empresa. Segundo os dados do relatório *Content Trends 2018*, as empresas que desejam se desenvolver em marketing de conteúdo devem garantir que a equipe se mantenha atualizada e ciente sobre como colocar em prática as estratégias (ROCK CONTENT, 2018). Sendo assim, a realização de treinamentos e certificados é uma das maneiras de alcançar essa coesão.

Mas há editoras que apresentam um setor de marketing e, ainda assim, não o relacionam de maneira satisfatória com os outros setores da organização, principalmente o editorial, deixando de gerar conteúdo interessante por não compreender o perfil da empresa. Ou seja, deixa-se claro as dificuldades que as editoras encontram em gerar boa experiência aos

seus clientes. Possivelmente, o modo como as editoras dividem os seus departamentos ainda hoje, seja o motivo para que não se consiga perceber que há vantagens no conteúdo ser a base de toda a empresa. Quanto a isso, Carlo Carrenho (2017b) nos diz que ao fazer o seu mestrado em Edição acreditava que “[...] uma editora devia ter quatro áreas de trabalho: editorial e produção, vendas, marketing e administrativo”. Porém, acabou percebendo que “[...] marketing e editorial devem ser irmãos siameses no negócio do livro” (CARRENHO, 2017b). Ou seja, o marketing e o editorial devem ser integrados, pois a intersecção entre ambos departamentos pode ser a fórmula para um livro tornar-se um sucesso. Ainda de acordo com Carrenho (2017a):

O marketing de uma editora deve ser feito em conjunto com o seu departamento editorial e no limite é quase a mesma coisa. E na hora que você escolher que livros lançar [...] é fundamental isso estar alinhado ao marketing e na hora de divulgar os livros é fundamental o editorial estar junto. Não acho que essa visão é muito compartilhada pelas editoras brasileiras, na prática, no dia-a-dia, existe até uma certa rivalidade entre esses dois departamentos em muitas editoras, mas eu vejo que as editoras que conseguem superar essa realidade e trabalham conjuntamente elas têm um maior sucesso.

Porém, o mercado editorial não é o único segmento a enfrentar dificuldades em como gerar conteúdo e criar estratégias a partir dele. Muitas empresas compreendem superficialmente o marketing de conteúdo promovendo ações equivocadas. Para Toole (2014), “[...] os profissionais de marketing têm dificuldade em encontrar habilidades e recursos para planejar, criar e manter todo o conteúdo que eles precisam produzir”. Percebe-se isso no momento em que o conteúdo gerado se mantém em uma única rede social, quando a principal mídia social deixa de ser atualizada, quando o setor do marketing não consegue melhorar o relacionamento com o cliente, não consegue subir as vendas e nem conquistar engajamento para a marca. Novamente, conforme Carrenho (2017a):

Eu não vejo muitas ações nesse sentido no Brasil, até mesmo utilizar plataformas que já existem é algo que só começou agora, pega a skoob, por exemplo, que é uma plataforma de resenhas de livro. Foi

nos dois últimos anos que as editoras começaram a apostar mais, a prestar mais atenção no que acontecia ali. E mesmo as páginas de Facebook das editoras tem pouco de editorial e muito de publicidade e elas podiam ter um foco maior em disponibilizar conteúdo de qualidade para indiretamente gerar interesse pelos livros.

Sendo assim, quando se trata dos benefícios e dos obstáculos para se colocar em prática o marketing de conteúdo, não basta somente estar nas redes sociais. É preciso planejamento, e é necessário que todo o pensamento desenvolvido esteja focado em ações estratégicas. Ou seja, ter atitudes e posturas que evidenciam qualidade e que despertem uma experiência positiva devido à coerência entre marca e conteúdo.

Conclusão

Quando uma organização compreende que não basta apenas preços baixos para atrair o consumidor, valoriza-se estratégias que possam gerar novas experiências ao cliente. É nesse ponto que o marketing de conteúdo torna-se pertinente, mostrando-se eficiente de acordo com o seu planejamento. Na visão de Rez (2016, p. 4), marketing de conteúdo não é publicidade, mas uma ação onde o “[...] conteúdo é uma estratégia, uma forma de pensar o relacionamento com os clientes, de construir a imagem da empresa”. E esse panorama encaixa-se para diferentes segmentos e setores, inclusive as editoras. Quanto a isso, Carrenho (2017a) lembra o seguinte:

Um editor de aquisição, ou uma editora de uma empresa editorial que não pensa em marketing, o que ele está fazendo? Ele provavelmente está publicando para o próprio umbigo. Está confundindo a sua biblioteca pessoal com o seu catálogo. Para você não virar um editor narcisista que só publica o que você quer ler, é fundamental você ouvir o leitor, você ouvir o mercado. É nessa hora que o departamento editorial precisa estar extremamente envolvido, ligado e alinhado com o departamento de marketing.

Por isso, ao longo desse trabalho, buscou-se perceber os principais tipos de conteúdo produzidos, no meio *on-line*, pelas editoras brasileiras que se utilizam do marketing de conteúdo para aproximarem e conquistarem seus leitores. Foi mapeado os conteúdos oferecidos de forma gratuita e focados

na *web*, e a partir disso, pode-se perceber que os principais formatos de distribuição de conteúdos e o tipo de conteúdo recorrente nas editoras analisadas são: o uso constante de imagens e vídeos que, por serem rápidas de serem consumidas, atraem o público jovem. As imagens são utilizadas, principalmente, na rede social Instagram que, geralmente, está conectada ao Facebook. São montados *cards* com imagens e trechos de livros, ou de pensamentos de determinados autores. Também se percebe a produção de materiais extras (como capa de livros em 3D para download, *wallpaper* e marcadores de páginas em diferentes resoluções, *memes* e *gifs* animados para serem compartilhados). Já os vídeos giram em torno de entrevistas, *booktrailers*, leitura de poemas e contos, ou de trechos de livros.

Textos e vídeos também são gerados para atualizar o público quanto às novidades literárias, oferecendo dicas, colunas e resenhas de blogueiros que formam parcerias com as editoras. Essa é uma forma de trazer relevância e alcançar maior compartilhamento do conteúdo, destacando as editoras nas buscas realizadas pelo leitor.

Outro tipo de estratégia adotada é a produção de *podcasts*, de games e *hotsites*, no entanto, essa forma de conteúdo não é uma realidade para todas as editoras. Mas, por serem caminhos diferenciados e pouco explorados, tendem a permitir maior uso criativo, oferecendo maior retorno. A editora L&PM, por exemplo, ainda não se encontra no topo da lista das editoras mais curtidas no Facebook, contudo, os diferentes tipos de conteúdo que disponibiliza pode ser um sinal do motivo que a levou a subir no ranking das editoras mais populares quanto às curtidas no Facebook em 2018, ultrapassando outras concorrentes.

Mas o fato mais marcante na análise é a questão de as editoras disponibilizarem um conteúdo muito semelhante, sem existir uma grande preocupação com a experiência que o leitor pode vir a ter pelo conteúdo. Então, os conteúdos não apresentam personalidade, uma forma própria de serem reconhecidos. Como há dificuldade em se variar o tipo de formato de distribuição de conteúdo utilizado, além do teor do próprio conteúdo, parece que as editoras preferem apostar em torno das mesmas mídias exploradas pela concorrência. Portanto, há muito que se compreender e praticar no que tange ao marketing de conteúdo, pois o seu bom planejamento pode servir de incentivo às editoras a irem além da divulgação de seus livros impressos e digitais, ou seja, incentivar a pensar no conteúdo

como uma maneira de contar histórias de diferentes formas e nas mais diversas mídias, gerando uma experiência positiva, a ponto de cativar o público.

Referências

BRIGHTLY. 2017. Disponível em: <<http://www.readbrightly.com/>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

CALIL, Carlos Augusto. *Após fusão, editoras formam o novo Grupo Companhia das Letras*. Estadão, 2015. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/literatura,apos-fusao-editoras-formam-o-novo-grupo-companhia-das-letras,1662122>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

CARRENHO, Carlo. [Entrevista]. Entrevista concedida a Danusa Almeida de Oliveira via correio eletrônico: danusaoliveira08@gmail.com, 28 abr. 2017a.

_____. *Outros jeitos de vender poesia*. PublishNews, 2017b. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/materias/2017/03/31/outros-jeitos-de-vender-poesia>>. Acesso em: 18 abr. 2017.

CARRENHO, Cassia. *As 20 editoras mais populares no Twitter*. PublishNews, 2013. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/materias/2013/04/05/72693-as-20-editoras-mais-populares-no-twitter>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

CAZES, Leonardo; GIANNINI, Alessandro. *Editora Cosac Naify decide fechar as portas depois de 18 anos de atividade*. O Globo, 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/livros/editora-cosac-naify-decide-fechar-as-portas-depois-de-18-anos-de-atividade-18187914>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

COBRA, Marcos. *Administração de marketing no Brasil*. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2009.

DARKSIDE BOOKS. 2018. Disponível em: <<https://www.darksidebooks.com.br/>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

_____. 2018. Disponível em: <<https://www.facebook.com/darksidebooks/>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS (FIPE). *Desempenho do mercado livreiro: uma análise de 10 anos da pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro*. SNEL - Sindicato Nacional dos Editores de Livros, 2016. Disponível em: <<http://www.snel>>.

org.br/wp-content/uploads/2016/08/10-anos-PesquisaFipe_Tabelas.pdf
>. Acesso em: 08 abr. 2017.

GALERA RECORD. 2018. Disponível em: < http://www.record.com.br/grupoeditorial_editora.asp?id_editora=11>. Acesso em: 14 jul. 2018.

_____. 2018. Disponível em: < <https://www.facebook.com/GaleraRecord/>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

GEEK FREAK. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UC11Gd77wT4cAy0DqT8Si39Q>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. *Retratos da Leitura no Brasil* – 4ª edição. 2016. Disponível em: <http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2017.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. *Marketing 3.0 [recurso eletrônico]: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Tradução Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. *Marketing 4.0: Mudança do tradicional para o digital*. Coimbra: Actual Editora, 2017.

LIEB, Rebecca. *Content Marketing: Think like a publisher*. Indiana (EUA): Que Publishing, 2011.

LONGO, Walter. *Marketing e comunicação na era pós-digital: as regras mudaram*. São Paulo: HSM do Brasil, 2014.

L&PM EDITORES. 2018. Disponível em: < <http://www.lpm.com.br/site/default.asp>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

_____. 2018. Disponível em: < <https://www.facebook.com/LePMEditores/>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

LPM - AGATHA CHRISTIE. 2018. Disponível em: < <http://www.lpm-agathachristie.com.br/site/default.asp>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

NETO, Leonardo. *2006 – 2015: a década perdida*. PublishNews, 2016. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/>>

materias/2016/08/24/2006-2015-a-decada-perdida>. Acesso em: 08 abr. 2017.

PAVARINI, Sérgio. *Editoras mais populares no Facebook*. Livros só mudam pessoas, 2015. [Blog]. Disponível em: <<http://www.livrosepessoas.com/?s=Editoras+mais+populares+no+Facebook+>>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

PEÇANHA, Vitor. [RELATÓRIO ROCK CONTENT] Content Trends 2018 [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <vitor.pecanha@rockcontent.com> em 14 jul. 2018

PULIZZI, Joe. *Marketing de Conteúdo Épico*. São Paulo: DVS, 2016.

REZ, Rafael; SACCARO, Ellien; MORAES, Alex. *Manifesto: a revolução do conteúdo*. São Paulo: Clicktime, 2014.

REZ, Rafael. *Marketing de conteúdo: a moeda do século XXI*. São Paulo: DVS Editora, 2016.

ROCCO. 2018. Disponível em: <<https://www.rocco.com.br/>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

_____. 2018. Disponível em: <<https://www.facebook.com/editrocco/>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

ROCK CONTENT. *Marketing de conteúdo*. 2018. Disponível em: <<https://rockcontent.com/marketing-de-conteudo/>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

RODRIGUES, Ricardo Rosseto. *Fundamentos de Marketing*. 1. ed. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá - Fábrica de Conhecimento/ SESES, 2014.

SCOTT, David Meerman. *Marketing e Comunicação na Era Digital*. São Paulo. Ed. Évora, 2015.

SEXTANTE. 2018. Disponível em: <<http://www.esextante.com.br/>>. Acesso em: 14 jul. 2018

_____. 2018. Disponível em: <<https://www.facebook.com/esextante/>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

SUMA DE LETRAS. 2018. Disponível em: < <https://www.companhiadasletras.com.br/titulos.php?selo=Suma>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

_____. 2018. Disponível em: < <https://www.facebook.com/editorasuma/>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

TOOLE, Catharine. *Marcas como editoras: por dentro da tendência do marketing de conteúdo*. Getty Images, 2014. Disponível em: <<http://stories.gettyimages.com/br/marcas-editoras-dentro-tendencia-marketing-conteudo/>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

TORRES, Cláudio. *A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar*. São Paulo: Novatec Editora, 2009.

UNIVERSO DOS LIVROS. 2018. Disponível em: < <http://universodoslivros.com.br/>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

_____. 2018. Disponível em: < <https://www.facebook.com/universodoslivros/>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

CAPÍTULO 12

Mulheres editoras de livros (literários): por um mapeamento preliminar no Brasil

ANA ELISA RIBEIRO

Considerações iniciais

2016 foi o ano da comemoração do cinquentenário do mais antigo jornal literário do Brasil em circulação – quase ininterrupta –, o *Suplemento Literário de Minas Gerais* (AGÊNCIA MINAS GERAIS, 2017; REVISTA MUSEU, 2017). Longevo e respeitado pela comunidade artística, o SLMG tem história que remonta a 1966, plena Ditadura Militar. A despeito desse contexto adverso, o escritor Murilo Rubião – cujo centenário foi comemorado também em 2016 – liderou a fundação desse veículo impresso da expressão literária mineira, mas também brasileira, inicialmente encartado no *Minas Gerais*, o diário oficial do estado.

Em 1994, o SLMG passou a ser distribuído avulso, embora tenha mantido o nome de “suplemento”. Até os dias de hoje, é enviado gratuitamente para seus assinantes pelos Correios, e não sem dificuldades. Embora dê nome a uma geração de escritores e mesmo a um movimento literário local, o *Suplemento* tem o mérito de publicar autores iniciantes, de revelar escritores e escritoras de todo o Brasil, além de ter publicado traduções de grandes autores estrangeiros, como por exemplo Julio Cortázar e Gabriel García Márquez (ÁVILA, 2016; SIMÕES, 2017).

O SLMG foi publicado pela primeira vez em 3 de setembro de 1966, com capa composta por poema de Bruno de Rivera e ilustração de Álvaro Apocalipse. Estavam ali presentes as literaturas de Fábio Lucas, Affonso Ávila, Ildeu Brandão entre muitos outros, mas também a poesia de Laís Corrêa de Araújo, única mulher a tomar parte nesta comissão inicial (ÁVILA, 2016). Posteriormente, ela atuou como colunista e como editora de alguns especiais (TOLENTINO, 2016).

Em seus 50 anos de vida intensa, o jornal teve o projeto gráfico alterado várias vezes, mudou de tamanho, de linguagem e de modo de distribuição. Deu espaço à publicação de mulheres escritoras, tais como Henriqueta Lisboa, Nélida Piñon, Maria Alice Barroso e muitas outras. A bela edição comemorativa do cinquentenário, com capa em papel couchê de maior gramatura, trouxe fac-símiles históricos. No entanto, um dos pontos que chamaram a atenção foi o seguinte quadro sobre a diretoria ou a editoria desse relevante periódico literário (Figura 1):

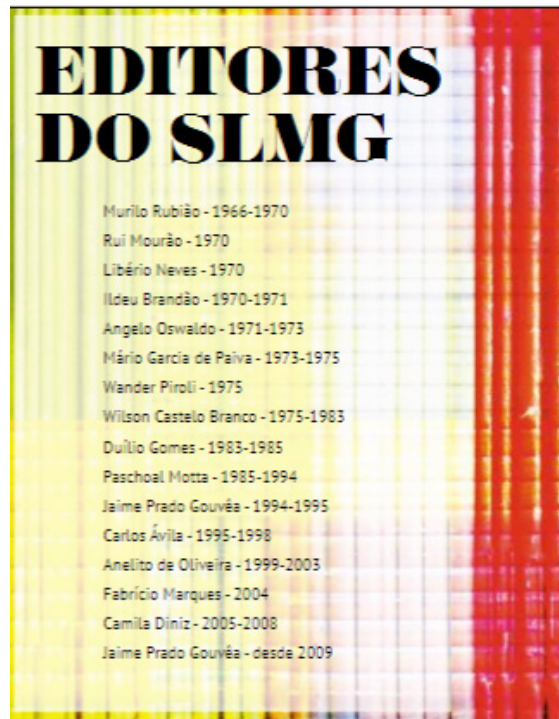


Figura 1 – Contracapa do SLMG em 2016, comemorativo do cinquentenário.

Fonte: Suplemento Literário de Minas Gerais, 2016

Em 50 anos, foram 16 editorias diferentes, sob a direção de 15 escritores, geralmente colocados por meio de indicação (o atual superintendente é Jaime Prado Gouvêa, que já havia sido editor na década de 1990). Desses 15 nomes, apenas *uma* mulher: a mineira Camila Diniz Ferreira¹, editora de 2005 a 2008, conforme se atesta na cronologia publicada pelo próprio SLMG.

Mais do que uma simples linha do tempo, esse parece ser o retrato de nossa época em relação à representatividade feminina na literatura, mas, especialmente, sobre sua visibilidade em postos de direção ou decisão. Elas são ainda menos quando se pensa em editoras ou curadoras. Só muito recentemente passaram a ser percebidas e registradas em seus afazeres profissionais, ainda que estivessem sempre nos bastidores das redes editoriais como revisoras ou leitoras especializadas. Tratar de alguma especificidade – como a de gênero – está na agenda atual do campo da edição, conforme afirma Sapiro (2016), sendo os estudos sobre a escrita de mulheres um desafio que já encontra lastro no Brasil². Passo a pensar então nas mulheres que editam, que são acionadas para cargos de direção e que dão o tom na produção editorial nacional.

Mulher editora

Pensando na edição como um processo praticamente invisível, é possível jogar luz sobre a atividade de leitura e aperfeiçoamento de obras por mulheres, geralmente em diálogo com escritores que depois se tornaram conhecidos, o que nem sempre ocorreu a elas. Em seus extensos diálogos com Henriqueta Lisboa, por exemplo, Mário de Andrade editou e foi editado, mas o mestre jamais foi suplantado por sua aprendiz³, em termos de visibilidade.

1. Camila de Castro Diniz Ferreira é mineira de Belo Horizonte, formada em Língua e Literatura Francesa pela PUC SP, com mestrado e doutorado em Literatura pela UFMG. Foi editora do SLMG e esta foi sua única experiência editorial na literatura, conforme seu depoimento a mim em março de 2017.

2. Por exemplo, nos trabalhos da profa. Constância Lima Duarte (UFMG), entre outras pesquisadoras.

3. É possível flagrar isso na correspondência entre Henriqueta Lisboa e Mário de Andrade que se encontra no Acervo de Escritores Mineiros, localizado na Biblioteca Central do campus Pampulha da Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG.

A palavra *editora* é um substantivo feminino em português. No entanto, diz respeito, mais comumente, às casas editoriais e às empresas publicadoras de livros. Mais raramente a palavra é entendida como referente a uma mulher ou a um cargo que também pode ser ocupado por uma profissional do sexo feminino. Dependemos do contexto para assim compreendê-la.

No índice remissivo da monumental obra de Laurence Hallewell (2005) intitulada *O livro no Brasil*, a palavra *editora* pode ser encontrada com indicação de várias páginas. Uma criteriosa leitura de todas elas resulta em que o substantivo só foi usado para se referir às casas editoriais, e nem uma vez a uma mulher que ocupasse um cargo na produção editorial. Aqui e ali, elas são chamadas de “diretoras” ou de “presidentes de conselho”, o que já não é ruim, mas dificulta uma busca.

Em razão disso, empregarei aqui sempre a expressão “mulher editora”, que deveria ser uma redundância de gênero, mas não é. Faça-me então uma pergunta quase retórica: por qual razão, em 50 anos de existência e mesmo após a metade do século XX, um importante jornal literário praticamente só contou com a direção/edição de escritores homens? Quais justificativas existem para isso, se não se pode dizer que falem escritoras ou intelectuais destacadas em Minas Gerais há décadas? Seduz-me muito uma resposta que toque as questões dos estudos de sociologia da edição, apontando para uma dominação masculina⁴ estrutural em nossa sociedade. Dessa forma, questiono: onde estão narradas as editoras mulheres em nosso país?

Registros sistemáticos de editores

Pensando nisso, e sendo essa uma aflição pessoal, passei a procurar registros de editoras mulheres, mais especialmente no campo da literatura e dos livros. Ainda que tenhamos uma parca bibliografia que registre nossos editores, em um levantamento não exaustivo, é possível encontrar obras tais como a de autoria de Alice Mitika Koshiyama (2006, primeira edição de 1982), dedicada ao perfil de intelectual, empresário e editor de Monteiro Lobato; a de Carlo Feltrinelli (2006), sobre o “editor, aristocrata e subversivo” Giangiacomo Feltrinelli, editor italiano, em livro publicado

4. A expressão é de Pierre Bourdieu (2011).

no Brasil pela Conrad; ou a obra de José Otávio Bertaso (1993) sobre a Livraria do Globo, em Porto Alegre, atravessada pela atuação de editores gaúchos; o volume de Antônio Carlos Villaça (2001) sobre o legendário José Olympio; ou o de Érico Veríssimo (2011, primeira edição em 1972) sobre Henrique Bertaso⁵. Procurando mais, encontramos também obras dedicadas aos tipógrafos, como a que homenageia, com justiça, o mineiro Guilherme Mansur (2016), de Ouro Preto, ainda em atuação (SANTIAGO SOBRINHO, 2016).

A coleção *Editando o Editor*, da Editora da Universidade de São Paulo (EDUSP)⁶, tem importante papel no registro da história dos editores brasileiros, tendo lançado títulos sobre Jacó Guinsburg, Flávio Aderaldo, Ênio Silveira, Arlindo Pinto de Souza, Jorge Zahar, Cláudio Giordano, Samuel Leon e Plínio Coelho⁷. Há ainda, por outras editoras, obras dedicadas aos editores de séculos passados, como a de Cybelle e Marcello de Ipanema (2007), dedicada a Silva Porto, ou de Aníbal Bragança (2016), sobre o editor Francisco Alves.

Quando o assunto é a edição artesanal, Gisela Creni (2013) desenvolve um belo trabalho, com prefácio da professora Sandra Reimão (USP), sobre sete homens, editores artesanais, em diversas partes do Brasil. Por outro lado, o notável e consistente trabalho de Constância Lima Duarte sobre escritoras e imprensa feminista não pode ser deixado de lado (ver, por exemplo, o dicionário ilustrado de 2016). Meu foco aqui, no entanto, recairá sobre a edição de livros literários “adultos”, seara em que parece ser mais difícil a visibilidade do trabalho das mulheres em edição e curadoria.

Em Minas Gerais, um trabalho de pesquisa do professor Pablo Guimarães e de alunos de Letras do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG) resultou em quatro volumes de uma coleção

5. Agradecimentos expressos ao livreiro e editor Oséas Ferraz, dono do sebo Crisálida, em Belo Horizonte, que tem me ajudado nesta investigação sobre histórias de editores e editoras.

6. É possível conhecer a coleção pelo site <<https://www.edusp.com.br/prodcolecacao.asp?id=695&dsc=Editando+o+Editor>>. Acesso em: 27 jun. 2018.

7. A coleção pode ser vista em <<https://www.edusp.com.br/busca.asp?cbotipobusca=6&c-boarea=1&txtbusca=Editando+o+editor&x=8&y=6>>. Acesso em: 26 maio 2017.

intitulada Edição e Ofício⁸, cujos livros são dedicados a Sebastião Nunes⁹, Maria Mazarello Rodrigues¹⁰, Antonieta Cunha¹¹ e Sonia Junqueira¹². Pela primeira vez, portanto, pode-se tomar contato com registros sistemáticos do trabalho de editoras mulheres no Brasil, mesmo tendo certeza de que elas atuam desde muito antes desses registros.

Laurence Hallewell (2005) organiza sua obra por nomes de editores – todos homens – até a ampliação da atividade editorial do século XX, quando os títulos de capítulos passam a focalizar épocas. Garnier, Laemmert, Nicolau Alves, Cruz Coutinho, Francisco Alves, entre outros, são estudados por seu pioneirismo, em diversos segmentos da produção editorial do século XIX brasileiro. No capítulo dedicado a Francisco Alves, uma escritora é citada, Albertina Bertha Stockler, como autora de romances de sucesso. De todo modo, ainda que ela conste em alguma lista, é assim que o escritor Lima Barreto – homenageado da Festa Literária de Paraty de 2017 – a aprecia, em uma carta:

8. Os livros têm versão impressa e digital. Podem ser acessados gratuitamente em <<https://issuu.com/edicaoeficio>>. Acesso em: 24 maio 2017.

9. Sebastião Nunes (1938) é mineiro de Bocaiúva. Poeta, editor da DuBolso e da DuBolsinho (criada em 1990), editora atuante em Sabará, Minas Gerais. Tem ainda o selo Aatchim.

10. A história de Maria Mazarello e da Mazza Edições estão em <<http://www.mazzaedicoes.com.br/mazza/>>. Acesso em 24 maio 2017.

11. Maria Antonieta Antunes Cunha (Ribeirão Vermelho, 1939) é mineira de uma cidade próxima a Lavras. É professora aposentada da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), mestre em Educação e doutora em Letras. Criou e dirigiu a Biblioteca Pública Infantil e Juvenil de Belo Horizonte os projetos Cantinhos de Leitura e Organização de Bibliotecas Escolas. Foi Secretária Municipal de Cultura e presidente da Fundação Municipal de Cultura de Belo Horizonte. Foi integrante do Conselho Curador e do Conselho Diretor da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil e presidente da Câmara Mineira do Livro. Foi também Diretora do Livro Leitura e Literatura no Ministério da Cultura. Nos anos 1970, com as parceiras Ana Clark e Terezinha Alvarenga, fundou a Livraria da Criança, que deu origem à editora Miguilim, especializada em literatura infantil, casa publicadora, por exemplo, de Bartolomeu Campos de Queirós.

12. Sonia Marta Junqueira (Três Corações, MG, 1945) é autora de mais de cem livros, entre infantis e didáticos. Foi editora na Abril e atuou por várias editoras brasileiras. Foi uma das sócias e editora da Formato Editorial, em Belo Horizonte, que lançou muitos autores e ilustradores. Nos últimos anos, vem editando obras infantis e policiais para o grupo Autêntica.

O seu livro é bem um poema em prosa, é um poema de mulher, de senhora, pouco conhecedora da vida total, dos altos e baixos dela, da variedade de suas dores e das suas injustiças. Vivendo à parte, em um mundo muito restrito, a senhora, muito naturalmente, não podia conhecer senão uma espécie de dor, a dor de amar; e dessa mesma, a senhora faz dela uma *Exaltação*. (HALLEWELL, 2005, p. 273)¹³.

Apenas nos capítulos dedicados ao século XX é que Hallewell (2005) passa a elencar mais mulheres como autoras de livros de culinária, obras didáticas ou infantis. É o que ocorre, por exemplo, no capítulo dedicado à editora José Olympio ou, muito brevemente, na menção a uma das donas e diretoras da Editora Brasiliense, fundada nos anos 1940, a escritora Maria José Dupré ou Senhora Leandro Dupré.

No capítulo que leva o nome de Ênio Silveira, editor da editora Civilização Brasileira, surge o nome de Tania Jorge, sócia entre os editores do Instituto Brasileiro de Difusão Cultural, o Ibrasa. Nos textos dedicados à década de 1980, aparecem mais mulheres em cargos de direção ou presidência de conselhos editoriais, tal como foi o caso de Rose Marie Muraro, indicada como “fervorosa feminista”, diretora da editora Vozes e depois sócia da Espaço e Tempo e da Rosa dos Tempos, em parceria com a jornalista Laura Civita, a atriz Ruth Escobar e Neusa Aguiar. A Rosa dos Tempos foi a primeira casa editorial brasileira dedicada ao tema da condição social da mulher, segundo Hallewell (2005), tendo se tornado, mais adiante, um dos selos da editora Record, hoje reativado.

A editora Hucitec também teve como uma de suas comandantes Adalgisa Pereira da Silva, nos anos 1980. Nos anos 1990, apontados por Hallewell (2005) como o período de amadurecimento da produção editorial brasileira, a divisão de cargos que separa *publishers* de editores – respectivamente, diretores e “aquele que cuida da escolha dos manuscritos e de sua revisão e transformação em textos prontos a serem lançados” (HALLEWELL, 2005, p. 668) – se generaliza e mais nomes de mulheres passam a ser citados: Cláudia Abeling, na editora Brasiliense¹⁴; Clara

13. O trecho está em *Correspondência* de Lima Barreto. Organizado por Assis Barbosa e Noronha Santos pela editora Brasiliense (São Paulo, 1956), retirado de Hallewell (2005, p. 273).

14. Nos últimos anos, a Brasiliense foi dirigida apenas por mulheres, como é o caso de Dan-

Diament, na Record; Vivian Wainer, na Rocco; e Clarice Lima, na Vozes.

Nenhuma dessas diretoras ou editoras mereceu, no entanto, ainda um capítulo de fôlego na história editorial brasileira, isto é, um registro sistemático de sua biografia e atuação. É Rose Marie Muraro a editora que mais linhas merece (três ou quatro) entre as mais de 800 páginas de Hallewell (2005). E todas são citadas no eixo Rio-São Paulo. Certamente, essa história oficialmente narrada esconde mais do que revela.

Espaços para editoras mulheres

A edição é o campo amplo de muitas práticas, muito diversas, que se diferenciam pelos custos, pelos fluxos editoriais, pela formação dos que atuam, pelos mercados de consumo que pretendem ou que atingem, pelas formas de financiamento, de pagamento e de compartilhamento. Falar em “alta literatura”¹⁵, em termos editoriais, é embrenhar-se por um universo bastante distinto daquele dos livros didáticos ou dos livros para crianças. Não por acaso, Thompson (2013) enfatiza que seu trabalho se dedica aos livros *trade*, isto é, best-sellers, especialmente nos mercados norte-americano e britânico. A argentina María Teresa Andruetto (2012), por outro lado, trata da literatura infantil, defendendo um ponto de vista de autora e de editora segundo o qual o cruzamento entre literatura, marketing, mercado e moralismo não resulta bom.

Não é difícil imaginar, por razões sócio-históricas, que tanto as autoras quanto as editoras mulheres tenham mais intensa, larga e antiga atuação no campo da publicação de livros para crianças. Uma confusão entre escola, educação, maternidade e produção editorial responde por isso, afetando as possibilidades de reconhecimento e profissionalização da mulher nesses espaços. Dos quatro volumes publicados pela coleção Edição e Ofício, do CEFET-MG, três são sobre editoras mulheres; destas, duas são reconhecidamente editoras de literatura infantojuvenil: Antonieta Cunha e Sonia Junqueira (esta também autora de renome). Maria Mazarello também publica obras para o público infantil, mas iniciou sua carreira editorial e

da Prado, neta de um dos fundadores, Caio Prado Junior.

15. Não vou me ater a esta polêmica questão neste trabalho, mas a valoração da literatura, a discussão do cânone, as questões de elitismo ou popularidade são importantes para o campo.

destacou-se pela coragem de investir em livros acadêmicos e outros sobre a temática afro, muito antes da Lei 10.639, de 2003, que tornou obrigatório o ensino de história afro-brasileira e indígena no país.

No campo da literatura “de adultos” ou da “alta literatura”, é mais difícil encontrar a sistematização de histórias editoriais de autoras e seus livros, e mais ainda a de editoras mulheres. Certamente, sua atuação ampliou-se e espalhou-se para todos os segmentos do mercado editorial, mesmo que a isso ainda não seja dada visibilidade.

Enquanto não realizamos, por falta de prazo, um corte diacrônico da edição em execução por mãos femininas, em especial na literatura dita “alta” ou “adulta”, isto é, nos espaços fora do pedagógico ou do infantil, onde a mulher sempre pôde estar sem maior restrição, façamos um corte sincrônico, buscando algum mapeamento mínimo ou imperfeito dessas mulheres no Brasil de hoje.

À procura das editoras

Muito provavelmente a história das editoras mulheres repousa, ainda por ser contada, em algum arquivo inexplorado. Essa é a melhor das hipóteses. No registro de Hallewell (2005), a menção a mulheres em cargos de direção e curadoria se avoluma a partir dos anos 1980. Aqui e ali, surgem novas casas editoras de livros impressos sob a direção de mulheres. Discretamente, elas aproveitam brechas que se abrem nas intermináveis crises econômico-financeiras que se abatem sobre o mercado editorial brasileiro ou justamente pela falta de espaço para a produção de mulheres entre os lotes já demarcados. Foi assim com Rose Marie Muraro, citada pelo historiador – focadíssimo no eixo RJ-SP – mas também com a casa mineira Mazza Edições, criada em 1981, por Maria Mazarello, que resolveu captar e publicar a intelectualidade negra no Brasil, normalmente sem espaço nas editoras já conhecidas. É no mesmo sentido que atua Tânia Diniz em seu jornal-mural *Mulheres Emergentes*¹⁶, desde 1989, espaço dedicado à criação literária de mulheres. Um tanto deslocadamente, o dito

16. O jornal *Mulheres Emergentes* está em <<http://www.mulheresemergentes.com/>>. Acesso em: 24 maio 2017.

popular pode aqui caber: a oportunidade faz o ladrão. Neste caso, “ladras” de espaço em um campo que precisava ser ocupado, tomado, assaltado, sob critérios renovados e reeditados, já que a medida do bom e do ruim também depende de avaliações que escapam às mulheres.

Vendo a necessidade do registro, mesmo que incompleto, do trabalho de editoras mulheres, fiz um chamado via redes sociais (Facebook e Twitter), a fim de obter o maior número possível de indicações e atendimentos à pergunta sobre “Quem são e onde estão as mulheres que editam livros literários no Brasil?”. Pus no ar um formulário eletrônico com perguntas sobre a atuação de cada editora, assim como um breve perfil (idade, naturalidade, cidade de residência, formação escolar ou acadêmica, linha editorial, etc.). Solicitei um breve depoimento sobre as práticas editoriais de cada uma, assim como um histórico de publicações. Ao longo de três semanas, em março de 2017, monitorei as respostas obtidas, passando a analisá-las em seguida.

Foram mais de duzentas citações e menções a mulheres atuantes no campo da edição, muitas delas autoeditadas/autoeditoras. Dessas, 167 responderam ao formulário, de várias partes do Brasil. Outra dezena entrou em contato comigo posteriormente, a fim de se desculpar por não ter conseguido responder ao questionário, mas felicitando-me pela iniciativa. Não apenas esse fato, mas também ele leva a crer, portanto, que muitas mais mulheres estão a editar livros no país, fora do alcance de um formulário ou dos olhos míopes de muitos de nós.

Esboço de um mapa impreciso

Uma primeira mirada nos dados recolhidos por meio do formulário (que gerou uma planilha) dá conta da conhecida concentração das mulheres editoras na região Sudeste do Brasil (Gráfico 1). Os dados coletados permitem dizer que as respondentes, em sua maioria, nasceram nos estados em que há destaque para a atividade editorial, assim como residem neles, em sua maioria. Grande parte delas migrou para as regiões onde havia mais oferta de formação, trabalho e emprego na área ou simplesmente acompanhando a família, que migrou pela mesma razão. Afinal, como pensar em ser editora sem conhecer essa possibilidade?

A maior parte dessas profissionais tem entre 30 e 40 anos, como mostra

o Gráfico 2. É preciso lembrar, no entanto, que estas são as mulheres que atenderam à pesquisa via redes sociais, o que não quer dizer que este perfil seja confiável e expressivo em relação à realidade das editoras brasileiras. Muitas dessas mulheres certamente não sabem desta pesquisa e se suas histórias não forem buscadas, provavelmente serão apagadas com o tempo. Daí a importância de um registro mais sistemático.

A juventude das mulheres editoras respondentes reflete-se também em seu tempo de atuação, aspecto mostrado no Gráfico 3. A maioria tem até 10 anos de atividade editorial, muito pouco em relação à história brasileira do campo. No entanto, esta proporção parece estar de acordo com as possibilidades mais atuais, em uma progressão também flagrada nos registros históricos de Hallewell (2005). Um catálogo futuro provavelmente será muito mais diverso e contará, se os narradores forem honestos, com capítulos intitulados com nomes femininos.

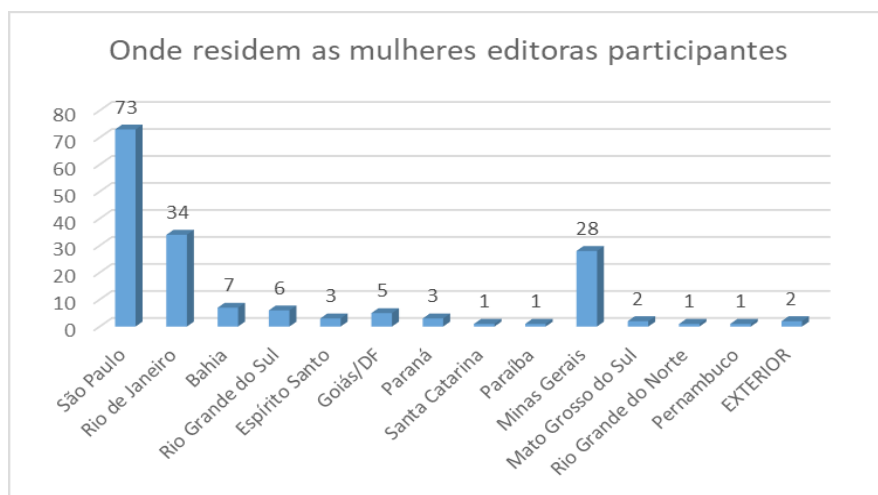


Gráfico 1 – Distribuição geográfica das mulheres editoras respondentes.

Fonte: Elaborado pela autora

Como se pode ver, a maior parte das autodeclaradas editoras reside em três estados brasileiros da região Sudeste e isso não está em desacordo com seus estados de nascimento (dado colhido em outra etapa).

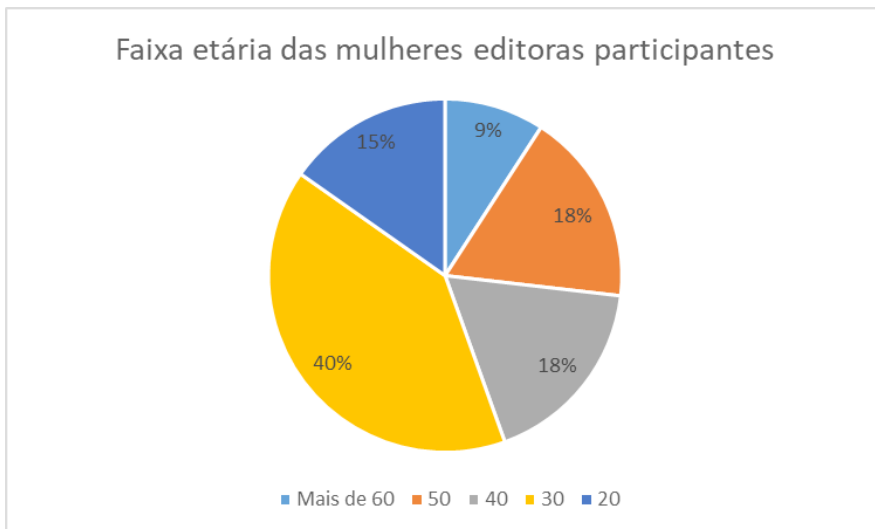


Gráfico 2 – Faixa etária das mulheres editoras.
Fonte: Elaborado pela autora

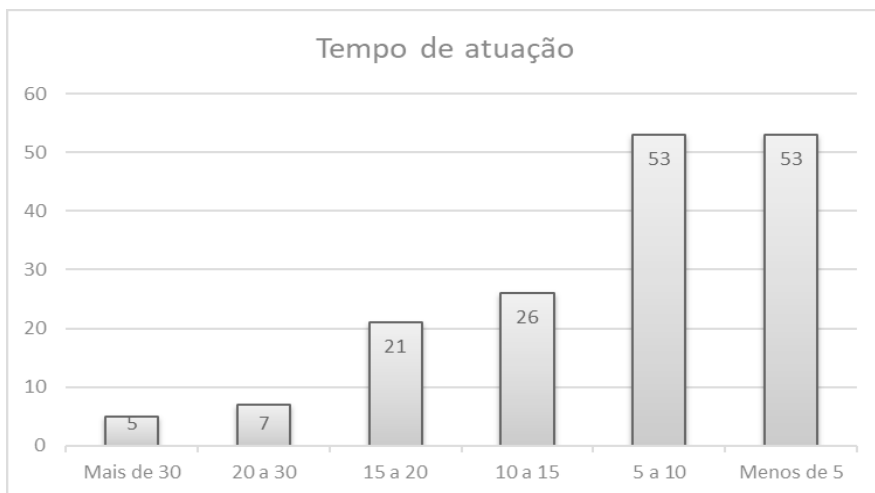


Gráfico 3 – Tempo de atuação das mulheres editoras.
Fonte: Elaborado pela autora

Quem essas mulheres editoras editam? O que elas editam? As respostas podem ser flagradas nos Gráficos 4 e 5, respectivamente. A maior parte das respondentes pratica a autoedição, mas também publica outros e outras autores e autoras. Parte expressiva delas, no entanto, atua sem se publicar. 7% não responderam.

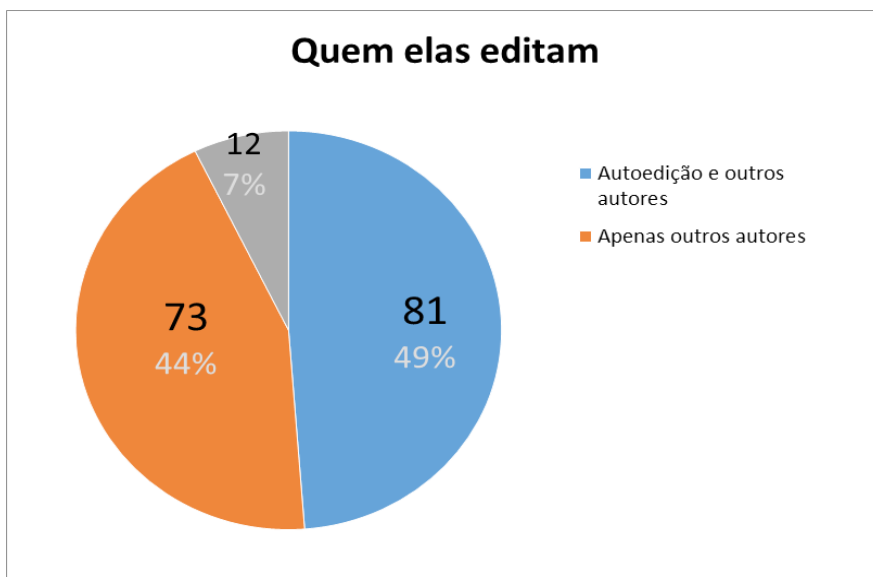


Gráfico 4 – Quem editam as editoras mulheres.

Fonte: Elaborado pela autora

A autoedição é uma questão à parte e está sempre em evidência no campo da literatura, sejam quais forem as possibilidades tecnológicas de cada época. Autores de renome no cenário nacional começaram suas carreiras por meio de livros autoeditados, ainda que precariamente. No século XXI, essa precariedade é relativa, já que as tecnologias digitais facilitaram elementos como diagramação, acabamento e custos, de maneira que autores e autoras independentes possam produzir livros muito competitivos.

Em relação ao tipo de produto editorial executado (Gráfico 5), as mulheres editoras participantes desta pesquisa preliminar apontam o livro impresso como objeto predominante entre suas produções. Isso é um fato que surpreende, na paisagem comunicacional atual, ainda que se possa

suspeitar das razões simbólicas e valorativas que o livro de papel ainda tem, especialmente no campo da literatura.



Gráfico 5 – Tipo de produto editorial publicado pelas mulheres editoras.

Fonte: Elaborado pela autora

Mas qual seria o nível de profissionalização das mulheres editoras que responderam a esta pesquisa? O editor é uma ocupação reconhecida pelo Ministério do Trabalho. A Classificação Brasileira de Ocupações (CBO)¹⁷ lista “gerente de editora” como um dos tipos de “gerentes de operações comerciais e de assistência técnica”, dentro das possibilidades do varejo. Mas este não é bem o caso do tipo de atuação que busco, embora muitas mulheres atuem efetivamente como gerentes editoriais¹⁸.

“Editora” não aparece no CBO, mas é de se esperar que “editor”, sim. De fato, aparecem “Editor”, “Editor assistente”, “Editor de área”, “Editor

17. A consulta pode ser feita em <<http://www.mteco.gov.br/cbsite/pages/home.jsf>>. Acesso em 28 maio 2017.

18. A confusão entre nomes de cargos e tipos de atuação é velha conhecida no mercado editorial. Já escrevi sobre a questão dos revisores, preparadores e editores de texto em Ribeiro (2016).

de arte”, “Editor de fotografia”, “Editor de imagem”, “Editor de imagens para televisão e produtoras de vídeo”, “Editor de jornal”, além de “Desenhista de editorial” e “Assistente de editorial”. Apenas as palavras “Editor” e “Editor de jornal” são ocupações (as demais são sinônimos). E para estas duas há descrições.

O “Editor de jornal” é diferenciado do “Editor”. E entre as ocupações de “Editor” (código 2616), que é a que interessa mais de perto, é possível encontrar, além de jornal e de livros, o de mídia eletrônica, o de revista e o de revista científica. Assim todos eles estão descritos pelo CBO:

Editam textos e imagens para publicação e, para tanto, selecionam o que publicar, definem pauta e planejamento editorial, coordenam o processo de edição, pesquisam novos projetos editoriais, gerenciam editoria e participam da divulgação da obra. Responsabilizam-se pela publicação. (CLASSIFICAÇÃO BRASILEIRA DE OCUPAÇÕES, acesso em maio de 2017).

Esse editor genérico se avizinha dos “profissionais do jornalismo” (código 2611) e dos filólogos, tradutores, intérpretes e afins (código 2614). Não há uma descrição específica para editores de livros, mas a ocupação é “oficial” e disso decorrem muitas práticas possíveis, já que se trata de uma profissão e de um modo de ganhar a vida.

Na categoria dos Profissionais de Jornalismo está um outro editor genérico (2611-20), que se subdivide em assistente de arte, de fotografia, de imagem, de rádio, de web, de área e executivo. Todos são distintos do Diretor de Redação, assim como dos jornalistas, dos produtores de textos, dos repórteres e dos revisores de texto (esta categoria, 2611-40, só se encontra entre os Profissionais do Jornalismo¹⁹).

19. Luciana Salazar Salgado tem uma reflexão sobre essa classificação. Ver Salgado (2017).

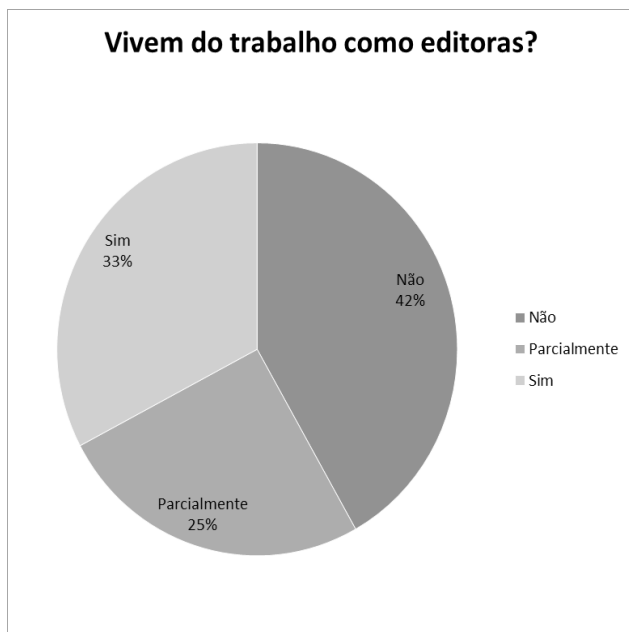


Gráfico 6 – Editoras que vivem da atividade de edição.

Fonte: Elaborado pela autora

As mulheres editoras de que trato aqui não vivem do trabalho em edição, em sua maioria. Somando as que disseram “Não” (maioria) às que afirmaram que apenas “Parcialmente”, são 67% das respondentes (Gráfico 6). Nos dados discursivos, cuja análise farei em outra oportunidade, é possível saber que a atividade editorial remunerada ocorre a muitas profissionais, mas boa parte delas se ocupa também como professora, jornalista, advogada, entre outras atuações. Não se trata, certamente, de um cenário distinto do de editores homens, já que são conhecidas as necessidades de dupla atuação em um campo que vive em crise ou que demora muito a se consolidar.

Considerações finais

De um lado, é preciso que haja um investimento na pesquisa para a recuperação e o registro das editoras mulheres que atuaram em nosso país. E certamente as há. De outro lado, um panorama atual pode ser dese-

nhado, ainda que se deva cuidar de não fazer um desenho muito rígido de um mapa vivo e sempre movediço.

Na breve incursão que fiz sobre as mulheres editoras que hoje atuam, já há bastantes dados a se analisar e pensar. Os poucos gráficos aqui mostrados servem apenas para um esboço provocativo da situação dessas profissionais, e mesmo se não o forem, que sejam diletantes, voluntárias ou amadoras. É possível mirar quase duas centenas de mulheres que atuam como editoras em várias partes do país, mesmo nas menos incentivadas e menos visíveis (ou visibilizadas) regiões.

Não seria impertinente um mapa mais fiel das mulheres editoras, tanto do ponto de vista histórico quanto do cenário sincronicamente recortado, o que já seria mais garantia de que o apagamento dessas figuras tão fundamentais para o campo da edição se tornaria um pouco mais difícil do que tem sido.

Referências

AGÊNCIA MINAS GERAIS. *Versão digital do Suplemento Literário de Minas Gerais* – edição 50 anos é lançada. 2017. [Online]. Disponível em: <<http://agenciaminas.mg.gov.br/noticia/versao-digital-do-suplemento-literario-de-minas-gerais-especial-50-anos-e-lancada>>. Acesso em: 24 maio 2017.

ANDRUETTO, María Teresa. *Por uma literatura sem adjetivos*. Trad. Carmem Cacciacarro. São Paulo: Pulo do Gato, 2012.

ÁVILA, Carlos. *50 anos de Suplemento*. Portal UAI, 2016. [Online]. Disponível em: <<http://www.uai.com.br/app/noticia/artes-e-livros/2016/05/27/noticias-artes-e-livros,180247/50-anos-de-suplemento.shtml>>. Acesso em: 24 maio 2017.

BERTASO, José Otávio. *A Globo da rua da praia*. São Paulo: Globo, 1993.

BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. 10 ed. Trad. Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

BRAGANÇA, Aníbal. (Org.) *Rei do livro*. Francisco Alves na história do livro e da leitura no Brasil. São Paulo/Niterói: Edusp/Lihed, 2016.

CRENI, Gisela. *Editores artesanais brasileiros*. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.

DUARTE, Constância Lima. *Imprensa feminina e feminista no Brasil*. Século XIX. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

FELTRINELLI, Carlo. *Feltrinelli*. Editor, aristocrata e subversivo. São Paulo: Conrad, 2006.

HALLEWELL, Laurence. *O livro no Brasil*. Sua história. Trad. Maria da Penha Villalobos, Lólio Lourenço de Oliveira e Geraldo Gerson de Souza. 2 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

IPANEMA, Cybelle de; IPANEMA, Marcello de. Silva Porto. *Livreiro na Corte de D. João Editor na Independência*. Rio de Janeiro: Capivara, 2007.

KOSHIYAMA, Alice Mitika. *Monteiro Lobato*. Intelectual, empresário, editor. São Paulo: Edusp/Com Arte, 2006. (Coleção Memória Editorial)

RIBEIRO, Ana Elisa. *Em busca do texto perfeito*. Questões contemporâneas de edição, preparação e revisão textual. Divinópolis, MG: Artigo A, 2016.

REVISTA MUSEU. *Suplemento Literário completa 50 anos com edição especial*. 2017. [Online]. Disponível em: <<https://www.revistamuseu.com.br/site/br/noticias/nacionais/2188-11-02-2017-suplemento-literario-completa-50-anos-com-edicao-especial.html>>. Acesso em: 24 maio 2017.

SALGADO, Luciana Salazar. *Quem mexeu no meu texto?* Questões contemporâneas de edição, preparação e revisão textual. Divinópolis, MG: Artigo A, 2017.

SANTIAGO SOBRINHO, João Batista et al. *Tipografia & poesia*. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2016.

SAPIRO, Gisèle. *La sociología de la literatura*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2016.

SIMÕES, Lucas. *Meio século de alta literatura*. O Tempo Magazine, 2017. [Online]. Disponível em: <<http://www.otempo.com.br/divers%C3%A3o/magazine/meio-s%C3%A9culo-de-alta-literatura-1.1434421>>. Acesso em: 24 maio 2017.

SUPLEMENTO LITERÁRIO DE MINAS GERAIS.

Especial 50 anos. 2016. Disponível em: <https://issuu.com/suplementoliterariodeminasgerais/docs/especialsmg_50_anos>. Acesso em: 23 maio 2017.

TOLENTINO, Eliana da Conceição. As mulheres no Suplemento Literário do Minas Gerais. *Caletrosópio*, v. 4, n. Especial, p. 119-134, 2016.

THOMPSON, John B. *Mercadores de cultura*. O mercado editorial no século XXI. Trad. Alzira Allegro. São Paulo: Editora da Unesp, 2013.

VERÍSSIMO, Érico. *Um certo Henrique Bertaso*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

VILLAÇA, Antônio Carlos. *José Olympio*. O descobridor de escritores. Rio de Janeiro: Thex, 2001.

IV Aproximações históricas

CAPÍTULO 13

A Gráfica de Artes S.A.

THAYZ GUIMARÃES

Introdução

No *hall* das sociedades bibliófilas que já existiram em nosso país, nenhuma delas, até hoje, se tornou mais célebre do que a Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil (SCBB). Ao longo de seus 27 anos de atividade (1942-1969), o grupo, que era inspirado nos moldes franceses, foi responsável pela publicação de 23 títulos, todos com tiragem limitada (em média 120 exemplares), edição de luxo e dedicados a obras de grandes autores brasileiros ou livros sobre o Brasil. As edições da SCBB também eram ricamente ilustradas por artistas de renome, como Cândido Portinari (1903-1962), que cuidou das gravuras de “Memórias posthumas de Braz Cubas”, publicação inaugural dos Cem Bibliófilos.

Fundado por Raymundo Ottoni de Castro Maya (1894-1968), empresário do ramo industrial e comercial, exímio colecionador e mecenas, o grupo era composto majoritariamente por membros da alta sociedade carioca. Entre eles estavam Sua Alteza Imperial e Real Dom Pedro Gastão de Orleães e Bragança (1913-2007), bisneto de D. Pedro II e a quem o exemplar de número um era dedicado; o médico, político e escritor

Afrânio Peixoto (1876-1947); o advogado Cypriano Amoroso Costa, e Max Fischer, diretor da gráfica Americ-Edit, que também participaram da criação da Sociedade.

A relevância dos Cem Bibliófilos do Brasil para a história da produção editorial nacional há tempos é reconhecida, tendo o grupo se tornado a associação bibliófila mais explorada por pesquisadores em nosso país. Todavia, o foco destes trabalhos, em geral, volta-se para as descrições materiais da coleção e a bibliofilia de Castro Maya¹, deixando para trás uma série de lacunas acerca do funcionamento da Sociedade.

Quais eram os custos operacionais da associação? Ela se mantinha apenas com as anualidades dos subscritores? De que forma era definido o valor das cotas pagas por cada associado? Quanto tempo uma edição levava para ficar pronta? Quais eram os principais fornecedores de insumos para o grupo e como era feita a importação destes produtos? E assim por diante. O curioso é que grande parte destes questionamentos aponta para um capítulo específico e, praticamente, inexplorado dessa história: a Gráfica de Artes S.A., oficina artesanal que durante quase toda a sua existência atendeu exclusivamente à demanda do grupo de bibliófilos amigos de Castro Maya.

Muito pouco ou quase nada se escreveu sobre ela até hoje com a justificativa de que não há muitas informações disponíveis, como afirmam Baraçal (apud ALENCAR, 2002) e Reifshneider (2012). Todavia, esta sentença não é totalmente verdadeira, já que entre os autores que enveredaram pelo tema, a grande maioria utilizou como base de informação apenas os documentos reunidos na Pasta 101 do Museu Castro Maya (localizado no Parque das Ruínas, na cidade do Rio de Janeiro) e/ou entrevistas com fontes vivas, deixando de lado importantes fontes históricas, como revistas e jornais impressos da época. Neste sentido, o caminho percorrido neste artigo seguirá a segunda opção².

1. Entre as publicações que abordam o tema destacam-se aquelas dedicadas à forma e à descrição material das edições, a exemplo dos trabalhos de Knychala (1980), ElBanat (1996), Monteiro (2008) e, mais recentemente, Souza (2016). Outros estudos, como os de Alencar (2002) e Siqueira (2010), também se dedicaram à bibliofilia e ao colecionismo de Castro Maya.

2. Todas as informações acerca da Gráfica de Artes remetem a Guimarães (2018) com a dissertação intitulada “A Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil e a Gráfica de Artes S.A.: um empreendimento editorial artístico nos anos 1942 a 1969”.

Nas páginas do *Jornal do Commercio*, por exemplo, encontra-se material riquíssimo acerca da fundação e do funcionamento da Gráfica de Artes, que assumiu os prelos da SCBB a partir de 1948, tendo sido “Luzia-Homem” (1949) sua primeira publicação. A primeira ocorrência da oficina gráfica no periódico carioca data de 20 de novembro de 1948, referente à publicação da “Ata da assembleia preliminar de constituição, realizada em 22 de outubro de 1948”. Nela, ficamos sabendo que a Gráfica de Artes é mais um dos empreendimentos editoriais de Raymundo de Castro Maya e que seu capital social é de Cr\$ 400.000,00, divididos em 400 ações de Cr\$ 1.000,00. Cada ação dava direito a um voto nas deliberações das assembleias (GRÁFICA DE ARTES S.A, 20 nov. 1948, p. 12).

Segundo o estatuto da Gráfica, publicado nesta ata, a companhia era administrada por dois membros, sendo um diretor-presidente e um diretor-gerente, acionistas ou não, residentes no país. A diretoria era eleita para um período de três anos, com possibilidade de reeleição, e seus honorários deveriam ser fixados pela assembleia geral. Ao diretor-presidente cabia supervisionar os assuntos de interesse da Companhia, organizar relatórios, executar e fazer cumprir as resoluções das assembleias. Já o diretor-gerente deveria administrar os serviços gerais das oficinas e escritórios, admitir e dispensar empregados, etc.

A Gráfica também contava com um Conselho Fiscal, composto de três membros efetivos e três suplentes, acionistas ou não, residentes no país, e eleitos a cada ano pela assembleia geral. Da mesma forma, era a assembleia geral que definia os honorários do conselho fiscal bem como suas atribuições. O estatuto também previa que no fim de cada ano fossem realizados o levantamento do inventário e o balanço geral da empresa.

O quadro de acionistas da Gráfica de Artes, quando de sua criação, em 1948, assim se desenhava:

Cr\$ 400.000,00 divididos em 400 ações de Cr\$ 1.000,00 cada uma.
– Número – Acionista – Residência – Estado Civil – Profissão – Ações subscritas (quantidade e valor) – Entrada de 10% - No. 1
– Raimundo O. de Castro Maia. Praia do Flamengo número 194, solteiro, industrial, 356 ações, Cr\$ 356.000,00, Cr\$ 35.000,00. 2 – José Willensens Junior, Avenida Epitácio Pessoa n. 116, casado, Corretor de Fundos Públicos, 5 ações, Cr\$ 5.000,00, Cr\$ 500,00. 3 – Cypriano Amoroso Costa, Av. Rio Branco n. 138, casado, ad-

vogado, 1 ação. Cr\$ 1.000,00, Cr\$ 100,00. 4 – Manuel Machado de Araujo, Rua Lins de Vasconcelos n. 136, casado, industriário, 2 ações. Cr\$3.000,00, Cr\$ 200,00. 5 – Alberto Proença de Faria, rua Real Grandeza n. 319, casado, advogado, 5 ações. Cr\$ 5.000,00, Cr\$ 500,00. 6 – Valter Ribeiro Guerra, Rua Azevedo Lima número 121, casado, do comércio, 1 ação, Cr\$ 1.000,00. Cr\$ 100,00. 7 – Raul Rocha Lisboa, rua Sebastião Lacerda n. 14, casado, industrial, 5 ações, Cr\$ 5.000,00, Cr\$ 500,00. 8 – Olavo P. da Fonseca Guimarães. Avenida Eptácio Pessoa n. 2.004, casado, industrial, 5 ações, Cr\$ 5.000,00, Cr\$ 500,00. 9 – José Piquet Carneiro, rua 18 de Outubro n. 18, casado, do comércio, 5 ações Cr\$ 5.000,00, Cr\$ 500,00. 10 – Evandro Solano Martins, Rua Buarque de Macedo n. 43, solteiro, industriário, 5 ações, Cr\$ 5.000,00, Cr\$ 500,00. 11 – Bernardo Piquet Carneiro Filho. Rua Pucurui n. 11, casado, industrial, 5 ações, Cr\$ 5.000,00, Cr\$ 500,00. 12 – Luis Portinari. Rua Cosme Velho número 103, casado, do comércio, 5 ações. Cr\$ 5.000,00, Cr\$ 500,00, todos brasileiros e residentes neste país. (GRÁFICA DE ARTES S.A, 20 nov. 1948, p. 12).

Nota-se aí que, assim como na Sociedade dos Cem Bibliófilos, o quadro de acionistas da Gráfica de Artes era composto majoritariamente por nomes importantes da elite cultural e econômica do país, a maioria deles pessoas do círculo de convivência e amizade de Castro Maya. Nesta lista também se faz notar a presença massiva de Bibliófilos do Brasil (entre eles Cypriano Amoroso, integrante do Conselho Executivo da Sociedade), e a figura de Castro Maya como acionista majoritário da Gráfica, da qual possuía 89%, seja por protecionismo, seja pela dificuldade de encontrar um número maior de interessados em participar de uma empresa editorial de pequeno porte, voltada à produção artesanal e com baixíssimas chances reais de lucro.

Em 25 de novembro de 1948, a Gráfica de Artes volta a publicar no Jornal do Commercio, agora para anunciar a oficialização da empresa. Na “Ata da assembleia geral de constituição realizada em 19 de novembro de 1948” consta que o Sr. Presidente Raymundo Ottoni de Castro Maya apresentou aos sócios da empresa os recibos do Banco Português do Brasil S.A. e da Recebedoria do Distrito Federal, referentes à caução e ao pagamento do selo por verba sobre o capital. Os valores do Banco Português do Brasil foram assim discriminados:

Banco Português do Brasil, Sociedade Anônima – Cr\$ 40.000,00 – Recebemos do Dr. Raymundo O. de Castro Maya, como incorporador da Gráfica de Artes S.A. em organização, a quantia de Cr\$ 40.000,00 (quarenta mil cruzeiros), correspondente a 10% de Cr\$ 400.000,00, valor do capital social com que vai constituir-se, de acordo com a legislação em vigor. (GRÁFICA DE ARTES S.A, 25 nov. 1948, p. 12).

E os da Recebedoria do Distrito Federal:

Ministério da Fazenda – Recebedoria do Distrito Federal – Selo por verba – n. 114.025 – Cr\$ 2.000,00. No livro de Receita à folha... fica debitado o tesoureiro pela quantia de dois mil cruzeiros, recebida do Sr. Gráfica de Artes S.A. proveniente alt. cont. social, conforme verba n. 425. (JORN GRÁFICA DE ARTES S.A, 25 nov. 1948, p. 12).

Na ocasião, registrada em ata, também foram eleitos os membros da Diretoria e do Conselho Fiscal para o primeiro mandato. A votação, presencial, foi realizada por meio de cédulas. Ao final, apurou-se o seguinte resultado:

Para Diretor-Presidente: Dr. Cypriano Amoroso Costa, brasileiro, advogado, casado, residente nesta cidade, à Avenida Atlântica n. 802. Para Diretor-Gerente: Sr. Luiz Portinari, brasileiro, comércio, casado, residente nesta cidade, à rua Cosme Velho n. 103. Para membros efetivos do Conselho Fiscal: José Piquet Carneiro, brasileiro, casado, industrial, residente nesta cidade, à rua 18 de Outubro n. 18; Raul Rocha Lisbôa, brasileiro, casado, industrial, residente nesta cidade, à rua Sebastião Lacerda n. 14, e Alberto Proença de Faria, brasileiro, casado, advogado, residente à Rua Real Grandeza n. 219. Para suplentes: Dr. Olavo P. da Fonseca Guimarães, brasileiro, casado, engenheiro, residente nesta cidade, à Avenida Atlântica n. 762, e Evandro Solano Martins, brasileiro, solteiro, industrial, residente nesta cidade, à rua Buarque de Macedo n. 43. (GRÁFICA DE ARTES S.A, 25 nov. 1948, p. 12).

Após discussão da assembleia geral, e por sugestão do acionista Evandro Solano Martins, os honorários da Diretoria e do Conselho Fiscal ficaram assim definidos: “Diretor-Presidente, Cr\$ 1.000,00 por mês;

Diretor-Gerente, Cr\$ 3.000,00 por mês e para cada membro do Conselho Fiscal fosse paga a quantia de Cr\$ 50,00 por sessão em que tomarem parte” (GRÁFICA DE ARTES S.A., 25 nov. 1948, p. 12). A proposta foi unanimemente aprovada.



Figura 1 – Ata da assembleia geral de constituição, realizada em 19 de novembro de 1948 e publicada no Jornal do Commercio
Fonte: GRÁFICA DE ARTES S.A., 25 nov. 1948, p. 12

Curiosamente, a data oficial da constituição da Gráfica de Artes (19 de novembro de 1948) não corresponde à do Alvará de licença para localização (22 de novembro de 1953), o que nos leva a questionar se a Gráfica de Artes funcionou de forma ilegal, sem autorização formal, durante esses cinco anos, nos quais publicou quatro livros da Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil e uma série de outros documentos, incluindo um relatório do Banco Português do Brasil S.A., estatutos da Cia. Nacional de Óleo de Linhaça, cautelas da Ecisa, folheto do Jockey Club Brasileiro e projeto da nova sede (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 101, Doc. 2, folha 1/1).

Outro fato que chama a atenção é que, apesar de constar no alvará de licença para localização da Gráfica de Artes o endereço Rua Primeiro de Março, nº 6, 9º andar, sala 4 (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta

101, Doc. 4, folha 1/1), segundo Baraçal (apud ALENCAR, 2002, p. 60), a empresa, “Até por volta de 1955, funcionava na rua Faro, depois mudou-se para casa de vila perto do Largo dos Leões”.

A vida da Gráfica de Artes como uma oficina independente foi bastante curta. Já em 30 de março de 1951, apenas três anos depois de se lançar no mercado (e antes mesmo da emissão do alvará de licença), ela decide suspender suas atividades, visto tratar-se de “uma oficina de poucas possibilidades, com apenas uma prensa manual – o que entravava a concorrência com outras empresas” (BARAÇAL apud ALENCAR, 2002, p. 60). Entretanto, de acordo com a “Ata da Reunião da Diretoria realizada em 30 de março de 1951” (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 101, Doc. 3, folha 1/1), a pedido dos gráficos Oswaldo Caetano da Silva e Cleanthes Gravini, a oficina foi cedida à confecção de obras de artes e livros para a Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil.

Ainda assim, e mesmo com o desmanche da sociedade gráfica, Castro Maya não mediu esforços para tornar a oficina cada vez melhor e mais adequada às suas ambições frente às publicações dos Cem Bibliófilos, mandando buscar em Paris, em 1953, “prensas manuais – para os tipos e duas outras para gravura em metal e litografia – e famílias de letras, manipuladas por Oswaldo, compositor de tipos” (BARANÇAL apud ALENCAR, 2002, p. 60).

No mesmo ano, 1953, Darel Valença Lins (1924-2017) assume a direção da Gráfica de Artes e, portanto, as publicações da Sociedade dos Cem Bibliófilos. É a partir de Darel que as edições assumem caráter bibliófilo, “pelas características essencialmente artesanais, como no modelo francês, cuidando de todos os aspectos plásticos, desde a orientação dos profissionais gráficos, à composição de páginas e, principalmente, das ilustrações com gravuras artísticas” (BARAÇAL apud ALENCAR, 2002, p. 55).

Artista plástico nascido em Palmares, no estado de Pernambuco, Darel tinha apenas 29 anos quando foi convidado por Loi Portinari, irmão de Cândido Portinari, para o posto de diretor técnico da oficina, onde permaneceu por 16 anos. E se Darel foi muito bem-sucedido nesta função, sua relação com Castro Maya, por outro lado, sempre foi tumultuada (REIFSHNEIDER, 2012), ao ponto de Darel acusar o bibliófilo de não cumprir com suas obrigações trabalhistas. Em entrevista a Reifshneider (2012), ele desabafou:

A Gráfica de Artes foi uma das maiores sacanagens que Raimundo de Castro Maya fez [...]. Raimundo de Castro Maya excluiu meu nome de 16 livros que eu fiz, dei orientação técnica. Ele não me queria como empregado, ele tinha que me pagar carteira assinada, os deveres sociais. (REIFSHNEIDER, 2012, p. 83).

Entretanto, apesar das divergências financeiras existentes entre Darel e Castro Maya, Reifshneider (2012) fala da importância de Darel para Castro Maya, que tinha nele um braço direito na hora das decisões artísticas, incluindo a negociação de honorários dos ilustradores. Reifshneider (2012, p. 84) cita Bandeira (apud ALENCAR, 2002):

O bibliófilo recorria a Darel quanto a pedidos de sugestão de nomes de artistas para ilustração dos livros. Na verdade, Darel fazia as propostas e escolhia os artistas ilustradores. Orientava a edição, cabendo-lhe escolher a tipografia, programar as páginas e abrir as matrizes para os artistas que não sabiam gravar, como Djanira, Di Cavalcanti e Portinari.

A parceria entre Darel e Castro Maya, mesmo que conturbada, foi responsável pela criação, desenvolvimento e impressão de 16 obras em formato exclusivo para os bibliófilos da Sociedade, que teve nesse período o seu auge, como será visto a seguir.

As edições

Por se tratarem de projetos bastante complexos, de extremo requinte, além de produzidos, impressos e ilustrados de forma artesanal – ao menos a partir de 1949, quando a Gráfica de Artes assume as publicações da Sociedade –, por vezes, apenas uma obra tomava vários anos para sua total execução. Baraçal (apud ALENCAR 2002, p. 57) explica: “Fossem as produções dos originais, das ilustrações pelos artistas, fosse a fixidez das impressões das imagens nas provas, fosse o fornecimento dos papéis especiais, tudo demandava cuidado, sob o olhar exigente de Castro Maya”.

Para “Memórias de um sargento de milícias”, por exemplo, o projeto mais grandioso dos 23 livros da Sociedade, foram gastos mais de três anos, de 1951 a 1954, dos quais oito meses e meio dedicados exclusivamente à impressão do miolo e das gravuras (veja Quadro 1). Isso porque as mais de

sete mil gravuras que Darel tirou para a edição foram aquareladas à mão, uma a uma, como conta Baraçal (apud ALENCAR, 2002, p. 57): “Darel vira um livro ilustrado por Duffy, em litografia em cores. Por não saber fazê-la, decide colorir cada prova”.

Peça também importante na engrenagem de funcionamento da Gráfica de Artes, os gráficos, ao contrário dos ilustradores, não eram nomes consagrados ou de destaque em outras produções do gênero (MONTEIRO, 2008, p. 153). Como afirmou Darel, Oswaldo Caetano, Darcy Vieira e Cleanthes Gravini, o trio responsável pelas publicações da Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil, eram operários assalariados: cada um recebia em média Cr\$ 110 mil por mês – pouco mais do que os Cr\$ 84 mil referentes ao salário mínimo de 1966 –, podendo aumentar a renda em até 40% quando faziam hora extra (MONTEIRO, 2008, p. 154).

Impressão

O processo de impressão das edições da Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil talvez seja um dos capítulos mais interessantes da história da Gráfica de Artes S.A. Aqui não seria possível deixar de fora o contexto histórico e econômico, marcado por diversos avanços e recuos da indústria gráfica nacional, muitas vezes refém da insipiente produção interna de papel.

Dessa forma, o papel, item básico para a manutenção e o pleno funcionamento da oficina, era geralmente importado da França, como mostram os documentos 52 e 68 da Pasta 100 do Museu Castro Maya. O primeiro, datado de 1º de outubro de 1968, informa a entrega de 1.875 folhas de papel Westerprint para a impressão do livro “O compadre de Ogum”, e o segundo sugere que se faça uma lista por preço de fabricantes de papel, levando-se em consideração o câmbio e as despesas alfandegárias, e que se peça amostras de 180g e, eventualmente, de 200g.

	Obra	Nº de páginas	Nº de ilustrações	Tempo de impressão (meses)
	Memórias posthumas de Braz Cubas	316	7	Não informado
	Espumas fluctuantes	204	42 + 25 vinhetas	Não informado
	Pelo sertão	161	27	Não informado
	Luzia-Homem	333	29	10
	Bugrinha	248	25	10
	O caçador de esmeraldas	119	51	9
	O rebelde	121	29	10
	Memórias de um sargento de milícias	311	69	6
	Três contos	92	35	6
	Canudos	99	32	8
	Macunaíma	213	43	11
	Bestiário	138	36	8
	Menino de engenho	203	30	7
	Pasárgada	74	39	7
	Poranduba amazonense	53	23	6
	Cadernos de João	76	24	6
	A morte e a morte de Quincas Berro D'Água	59	6	6
	Campo geral	142	32	14
	Quatro contos	85	12	5
	As aparições	75	12	13
	Ciclo da Moura	87	12	7
	Hino Nacional Brasileiro	42	7	4
	O compadre de Ogum	131	10	13

Quadro 1 – Comparativo nº de páginas x nº de ilustrações
x tempo de impressão das edições

Fonte: Elaborado pela autora

O papel mais utilizado pelos Cem Bibliófilos era o do tipo vélin, ou pergaminho, muito comum em obras de arte. O papel era importado de Paris por Castro Maya e vinha de fabricantes como Arches, Rives e Marais, os mesmos que vendiam para as famosas sociedades bibliófilas francesas, entre elas a *Les Cent Bibliophiles*, que inspirou a criação da Sociedade brasileira.

Contudo, na impossibilidade de se conseguir o velinho francês, Castro Maya recorria a outros mercados, como explica Baraçal (apud ALENCAR, 2002, p. 60):

Quando a Sociedade iniciou suas atividades, em 1943, a França, habitual celeiro de materiais para a produção artística, estava impossibilitada de fornecer os papéis de impressão. Castro Maya, após a primeira tentativa com o papel Sunray, recorre ao Canadá para o papel Imperial Japão White Plate Finish, em 1944/1945. Com o restabelecimento da paz na Europa, voltam a figurar os papéis tradicionais, como o do Japão, Goatskin Parchment, Rives Marais e, predominantemente, o Vélin archés.

Tamanho era o custo da compra de papel importado que, para aliviar um pouco o orçamento da Gráfica de Artes e, conseqüentemente, da Sociedade dos Cem Bibliófilos, um dos mecanismos utilizados pelo grupo de Castro Maya era leiloar os desenhos originais de cada uma das edições, como explica Darel Valença Lins em entrevista a Monteiro (2008, p. 19): “[...] este leilão revertia em dinheiro para ele [*Castro Maya*] comprar papéis na França”.

Não é sabido ao certo de que forma Castro Maya conseguia as folhas de papel para a Gráfica de Artes, se por conta própria, por meio de atravessadores em Paris ou através de casas importadoras do Rio de Janeiro. No entanto, uma carta enviada à Castro Maya, em 3 de novembro de 1953, por Cypriano Amoroso, em nome da Gráfica de Artes S. A., traz algumas pistas: “Comunicamos a V. S. que nesta data creditamos em sua Conta Corrente, a quantia de Cr\$ 28.336,80, referente ao pagamento que V. S. fêz ao Snr. José da Silva Santos por nossa conta, pela compra de papel para a impressão” (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 100, Doc. 17, folha 1/1).

Por se tratar de uma correspondência datada de novembro de 1953,

pressupõe-se que o lote de papel tinha como destino a impressão de “Memórias de um sargento de milícias”, que entrou no prelo em 9 de fevereiro de 1953, com miolo impresso em papel Rives. Entretanto, apenas a referência a José da Silva Santos, de forma isolada, sem constar um nome de loja ou escritório, não é suficiente para chegarmos à fonte de Castro Maya, visto tratar-se de um nome e sobrenomes muito comuns no Brasil.

Documentos da Pasta 103 do Museu Castro Maya nos fornecem indícios mais claros de ao menos um dos mecanismos de importação de papel para a Gráfica de Artes. Em carta de 12 de dezembro de 1961, endereçada por um funcionário da Platzer & Cie (50, rue de Paradis, Paris – França) a Castro Maya, é informado que “[...] a bagagem do Snr. Vital Moura de Castro deve seguir pelo vap. LUIS LUMIERE de 19 deste mez” (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 103, Doc. 22, folha 1/1), e que “Todos os objetos foram comprados e esperamos que ficara plenamente satisfeito. Notara que só falta o tamanho pequeno dos pregos de latão, pois tão incrível que possa parecer, é artigo um tanto difícil de encontrar [...]” (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 103, Doc. 22, folha 1/1).

O mesmo funcionário da Platzer & Cie volta a escrever para Castro Maya em 17 de agosto de 1962. Nesta carta, ele explica: “Snr. L. DE NITTEY – Já entendemo-nos com este Senhor que deve partir daqui pelo avião de 9 de setembro e de quem expediremos a bagagem pelo vapor “CHARLES TELLIER” de 18/9, incluindo os objetos pedidos por Va. Sa. e de cuja compra já ocupamo-nos”. (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 103, Doc. 24, folha 1/1).

Em ambas as missivas, o funcionário da Platzer & Cie faz referência às publicações de sociedades bibliófilas da França, o que nos faz acreditar que as tais encomendas de Castro Maya à Platzer & Cie incluíam itens para a Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil.

Em outra carta, de 12 de janeiro de 1966 (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 103, Doc. 31, folha 1/1), datilografada em francês, Raymundo de Castro Maya se dirige à Maison Fribourg & Fils (50, rue de Paradis, Paris – França), solicitando a compra de duas resmas de papel vélin Arches, 50x65 cm, que precisavam ser cortadas no sentido do comprimento, reduzindo-as para 50x32,5cm, de forma a dispensar proteção especial na hora do transporte.

A encomenda deveria ser entregue ao Sr. Vital Moura de Castro, o

qual Castro Maya apresenta como “um amigo meu, que em breve fará uma curta estadia em Paris, e como irá com certo número de bagagens, gostaria de repetir a operação que houvera feito com a Senhora Ferrez” (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 103, Doc. 31, folha1/1, tradução nossa). Logo abaixo, Castro Maya escreve que “É extremamente difícil importar legalmente o papel necessário para os livros que ele edita para os Cem Bibliófilos do Brasil” (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 103, Doc. 31, folha1/1, tradução nossa).

A partir destes documentos é possível dizer que, em Paris, seu principal fornecedor de insumos para a Gráfica de Artes, Castro Maya contava com ao menos dois importantes despachantes aduaneiros, a Platzer & Cie. e a Maison Fribourg & Fils, ambos responsáveis pela encomenda e a importação dos lotes de papel, mas com destaque para o primeiro.

E ainda que não se possa afirmar categoricamente que o principal método de envio utilizado por Castro Maya e seus companheiros de sociedade bibliófila era a entrada de papéis franceses no Rio de Janeiro por meio da bagagem de amigos seus vindos da região de Paris, aí está registrado que, em ao menos quatro ocasiões, o industrial carioca e fundador dos Cem Bibliófilos contou com a ajuda de conhecidos seus para abastecer os prelos da Gráfica de Artes e assim garantir as publicações do grupo.

Curiosamente, as lojas Platzer & Cie e Maison Fribourg & Fils eram inscritas no mesmo endereço em Paris (Rue de Paradis, 50), mas não se sabe se uma veio a substituir a outra ou se eram empreendimentos coexistentes.

A Arches foi a principal fornecedora de papel vélin dos Cem Bibliófilos, presente em 15 das 23 publicações da Sociedade. Fundada em 1492, no interior da França, a Arches fundiu-se à Marais em 1953 e hoje pertence ao grupo sueco Munksjö.

Financiamento

Imprimir estes livros requer, antes de tudo, dinheiro: dinheiro para comprar maquinário, tipos gráficos, tintas, placas e papel, mas também dinheiro para financiar toda a equipe envolvida na produção dos exemplares. Imprimir livros de luxo, como os da Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil, requeria ainda mais recursos, o que não era exatamente um problema para Castro Maya e seus companheiros bibliófilos, como já dito,

todos membros da elite intelectual e financeira do país. Mas nem por isso a situação financeira do grupo – bem como da Gráfica de Artes – era das mais estáveis.

Por se tratar de uma associação bibliófila sem fins lucrativos, a Sociedade cobrava de seus membros apenas o valor suficiente para garantir a produção anual das edições. Segundo consta na carta-convite de 1942 (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 100, Doc. 12, folha 1/1), enviada aos futuros membros dos Cem Bibliófilos do Brasil, cada edição teria um custo fixo de produção de cerca de Cr\$ 100.000,00, custeados igualmente pelos sócios, os quais deveriam contribuir anualmente com uma cota de Cr\$ 1.000,00, isto é, quase três vezes o valor do salário mínimo vigente à época, que era de Cr\$ 380,00, segundo foi estabelecido pelo Decreto-Lei 5.977 de 1943.

As cotas anuais deveriam ser pagas por meio de cheque nominativo, pelos Correios, como pode ser lido em carta de Cypriano Amoroso, membro do Conselho Executivo, aos associados em 27 de setembro de 1956: “Insistimos nessa forma de cobrança, simplificada e mais econômica e que oferece tôdas as garantias, pois o cheque nominativo constitui, por si, comprovante, além do recibo que será enviado pelo Correio” (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 100, Doc. 18, folha 1/1).

Mais tarde, a Comissão Executiva perceberia que os valores fixados no estatuto em nada correspondiam aos valores praticados nas edições e que a situação financeira da Sociedade se tornaria insustentável muito em breve caso não fosse modificado o sistema de cobrança dos associados. “Luzia-Homem”, por exemplo, que foi a primeira edição impressa pela Gráfica de Artes, teve seu custo total avaliado em Cr\$ 214.740,00, tendo sido arrecadados apenas Cr\$ 100.000,00 com o pagamento das anuidades e mais Cr\$ 42.400,00 com o leilão das gravuras originais, deixando assim um déficit de Cr\$ 72.340,00 aos Cem Bibliófilos (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 100, Doc. 16, folhas 1/3 e 2/3).

Provavelmente devido a isso, já no ano seguinte, o valor da cota tenha sido reajustado para Cr\$ 1.500,00, os quais também não foram suficientes para suprir os Cr\$ 167.827,00 gastos com *Bugrinha*, que ainda arrecadou Cr\$ 35.200,00 com o leilão das gravuras originais. O ano de 1950 fechou com um saldo negativo de Cr\$ 74.734,00 (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 100, Doc. 14, folha 1/1).

O valor da cota ainda seria reajustado diversas vezes – para Cr\$ 2.000,00 (a partir de *Memórias de um sargento de milícias*), Cr\$ 4.000,00 (*Canudos*), Cr\$ 5.000,00 (*Bestiário*), Cr\$ 10.000,00 (*Cadernos de João*), Cr\$ 8.000,00 (*A Morte e a morte de Quincas Berro D'água*) –, mas a verdade é que, desde 1950, Castro Maya vinha cobrindo a situação deficitária da Sociedade com recursos próprios. “[...] As assinaturas dos sócios não atingiam o volume de dinheiro necessário. A situação deficitária da Sociedade – que ele sempre cobria – é anunciada desde 1950³ e reiterada em 1958, ensejando propostas de reformulação de estatutos” (BARAÇAL apud ALENCAR, 2002, p. 48).

Em 1966, a Comissão Executiva propõe nova atualização do Estatuto da Sociedade, com destaque para o Artigo VI, o qual estipulava o rateio entre os cem sócios como forma de custeio das edições (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 100, Doc. 2, folha 3/4). Ainda segundo o Artigo VI, o pagamento dessa quota deveria ser feito em duas prestações, a primeira logo no início do exercício e proporcional ao valor total que a Comissão Executiva julgasse necessário para o financiamento da edição e dentro do prazo marcado, e a segunda parcela na entrega do livro (Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 100, Doc. 2, folha 3/4).

Um fim misterioso

O último registro da Gráfica de Artes na imprensa carioca foi o balanço geral de 1961, publicado em março de 1962, no *Jornal do Commercio* (GRÁFICA DE ARTES S.A, mar. 1962, 2º caderno, p. 3, 19 e 20). A partir de 1967, o nome da oficina também deixa de constar nos colofões das edições da Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil, embora ainda figurem os nomes dos técnicos Oswaldo Caetano da Silva, Cleanthes Gravini e Darcy Vieira. Não se sabe as razões que levaram a tais atitudes nem o destino do maquinário e do estoque da oficina com o fim da Sociedade em 1969.

3. Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pasta 100, Doc. 16.

Referências

ALENCAR, Vera. *Castro Maya bibliófilo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BRASIL. Decreto-lei nº 5.977, de 10 de novembro de 1943. Rio de Janeiro, RJ, 1943. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-5977-10-novembro-1943-416056-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 28 maio 2017.

EL BANAT, Ana Kalassa. *A imagem gravada e o livro: as publicações da Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil, aproximações às poéticas brasileiras entre os anos 40 e 60*. 1996. 381f. Dissertação (Mestrado em Artes) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo, 1996.

GRÁFICA DE ARTES S.A. Ata da assembleia preliminar de constituição, realizada em 22 de outubro de 1948. *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, 20 nov. 1948, p. 12. [Acervo da Fundação Biblioteca Nacional].

GRÁFICA DE ARTES S.A. Ata da assembleia geral de constituição realizada em 19 de novembro de 1948. *Jornal do Commercio*, p. 12, 25 nov. 1948. [Acervo da Fundação Biblioteca Nacional].

GRÁFICA DE ARTES S.A. Relatório da diretoria que será apresentado à assembleia geral ordinária a realizar-se no dia 30 de março de 1962. *Jornal do Commercio*, 2º caderno, p. 3, 10 e 20 mar. 1962. [Acervo da Fundação Biblioteca Nacional].

GUIMARÃES, Thayz. *A Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil e a Gráfica de Artes S.A.: um empreendimento editorial artístico nos anos 1942 a 1969*. 2018. 157 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2018.

KNYCHALA, Catarina Helena. *O livro de arte brasileiro*. 1980. 207f. Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 1980.

MONTEIRO, Gisela Costa Pinheiro. *A identidade visual da Coleção dos Cem Bibliófilos do Brasil, 1943/1969*. 2008. 223f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro,

RJ, 2008.

REIFSCHNEIDER, Oto Dias Becker. Darel ilustrador. *Scriptorium: Sociedade Brasileira de Bibliófilos*, Fortaleza, v. 3, n. 3, p.75-85, ago. 2012. Disponível em: <<http://escritorioarte.com/wp-content/uploads/2015/10/Scriptorium3.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2017.

SIQUEIRA, Vera Beatriz. O espelho da biblioteca: tempo e narrativa na coleção Castro Maya. *Palíndromo: Teoria e História da Arte*, n. 355, p. 57-80, 2010. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/10220264-O-espelho-da-biblioteca-tempo-e-narrativa-na-colecao-castro-maya.html>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

SOUZA, Maria de Fátima Medeiros. *O estudo da coleção de livros da Sociedade dos Cem Bibliófilos do Brasil da Biblioteca Central da Universidade de Brasília*. 2016. 241f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2016.

Referências a fontes de arquivo

Museus Castro Maya/IBRAM/MinC, Pastas 23, 100, 101, 103.

CAPÍTULO 14

A figuração do circuito editorial no movimento romântico brasileiro

RACHEL BERTOL

Introdução

Johann Wolfgang Goethe (1749-1832) fornece a chave de leitura deste artigo, a partir da sugestão de Wellbery (1990), que toma a ideia de *world literature* criada pelo escritor alemão como ferramenta para transpor a outros países o conceito de “rede discursiva” desenvolvido por Friedrich Kittler (1943-2011). Com este conceito, Kittler (1990) investiga as condições que propiciaram o surgimento do romantismo alemão. Em 1827, Goethe, autor que se situa no epicentro desse movimento literário, pontuava, numa interlocução com Johann Peter Eckermann, que “hoje em dia, as literaturas nacionais não significam muita coisa” (apud MORETTI, 2000, p. 54). Aproximava-se o tempo da *Weltliteratur* (*world literature*), e todos deveriam contribuir para acelerar sua chegada.

A partir dessa sugestão, buscaram-se elementos que possam ampliar a compreensão sobre o modo como o romantismo chegou ao Brasil. A sugestão que se faz é que não se tratou somente de um movimento de importação (ou adaptação) do romance romântico e de suas ideias, como tradicionalmente se analisa a questão. Teria havido algo mais do que isso,

que seria o desejo de transposição de todo um circuito editorial relacionado à glória dos autores românticos europeus. Pela primeira vez, no período do romantismo, viu-se na Europa a configuração de um circuito editorial que se profissionalizava e tornava o poeta – como Goethe – figura idolatrada. A primeira geração de escritores brasileiros românticos não teria ficado indiferente ao impacto do que viu na Europa. Foi um momento fundante também na literatura brasileira.

A expressão “rede discursiva” é tomada a partir da tradução americana do livro em que Kittler (1990) desenvolve essa ideia, intitulado na língua original *Aufschreibesysteme* (1985), que de forma literal poderia ser traduzido como “sistema de notação”. O termo original aponta sentidos que de certa forma ficam esmaecidos na tradução americana para “rede discursiva”, como o da materialidade em que se processa a comunicação e uma certa circularidade metódica. Kittler (1990) quer entender as condições que levaram ao apogeu e ao declínio da atividade da crítica literária e, para isso, analisa as condições de dois “sistemas de notação” no contexto alemão: o do romantismo e o do expressionismo. A cada uma dessas análises chama de “instantâneos”, que compara um ao outro; o primeiro é denominado “Rede 1800” e o segundo, “Rede 1900”. No caso do romantismo, trata-se de um retrato focado (quase como um circuito fechado) no cenário germânico, ao passo que no expressionismo já não é possível reter as linhas de ideias que atravessam nações.

O projeto de reconstruir um “sistema de notação”, com sua vocação de circularidade, encontra no período do romantismo alemão uma correspondência ideal. A virada do século XVIII para o XIX, entre 1780 e 1830, foi denominada por Koselleck (apud GUMBRECHT, 2015, p. 13) como “período-sela” na tradição alemã, por terem sido anos de influente modernização epistemológica, quando se constituíram o idealismo e o romantismo. No caso deste, a característica precursora facilitou a constituição de um “sistema de notação” fechado na realidade alemã. Isso porque o “sistema de notação” realiza-se ancorado na materialidade da comunicação das diferentes realidades sociais e históricas, observando os aspectos que propiciam a formação dos sentidos. A metáfora do espetáculo pode ajudar a entender essa proposição: em vez de se buscar o sentido do que se vê num palco no momento da apresentação, busca-se ir aos bastidores, na hora da composição do texto, na exaustão dos ensaios, fornecendo

elementos para que o público possa compreender como se constitui o sentido. Por isso, o objeto de estudo “não é o que está dito ou escrito mas o fato – o bruto e às vezes brutal fato – de que foi dito, de que aquilo e não outra coisa foi inscrita” (WELLBERY, 1990, p. XII, tradução nossa). Wellbery (1990) denomina essa perspectiva da análise de Kittler de “pós-hermenêutica”.

Tendo o romantismo alemão sido influente internacionalmente, é possível vislumbrar a releitura de seu “sistema de notação” levando-se em conta realidades discursivas específicas. Wellbery (1990, p. XXVII) indica, no prefácio à tradução americana da obra de Kittler (prefácio que se constituiu como um marco quase inseparável da obra), que o livro pode “incitar releituras” relacionadas a outros países. Nesse sentido, sugere retomar o antigo conceito de *world literature* lançado por Goethe.

A *world literature* (tomada muitas vezes como precursora dos estudos de literatura comparada) realiza-se no trânsito, “no comércio, na troca, na comunicação” (WELLBERY, 1990, p. XVIII). No caso do Brasil, para se destacar a presença do romantismo, não há como vir diretamente da Alemanha. Antes, faz-se necessária uma escala em Paris. Para realizar essa passagem, sugere-se uma vista panorâmica, uma tomada aérea, equivalendo à perspectiva da exterioridade – ou de um “pensamento de fora” – que constitui um dos pilares da perspectiva dita pós-hermenêutica que corresponde ao viés foucaultiano¹ da análise de Kittler. Para completá-la, pode ser útil a proposição de Moretti (2000) sobre a *world literature* e o conceito de *distant reading*.

Depois de Paris, a primeira escala, já é possível vir ao Rio de Janeiro, nossa segunda escala. Haverá em seguida mais uma escala, esta focada no crítico literário José Veríssimo (1857-1916), que nos guiará na tentativa de compreensão da transposição do circuito editorial romântico. Veríssimo, por sua atuação na imprensa, ocupou posição central no debate de ideias no Brasil na virada do século XIX ao XX. Autor de *História da literatura brasileira* (1916), o crítico trabalhou incansavelmente pela profissiona-

1. Foucault desenvolveu um léxico da exterioridade com as séries, os eventos, as discontinuidades e as materialidades com que busca organizar a ordem do discurso, o que lhe permitiu trabalhar com as formas institucionalizadas de sentido (FOUCAULT, 1996). A exterioridade seria uma perspectiva analítica.

zação editorial e integrou uma geração que, pela primeira vez no país, encontrou condições mínimas para tal. Esse início de profissionalização do circuito editorial que ocorreu na virada do século seria, de alguma maneira, tributário das figurações românticas do circuito editorial na primeira metade do século XIX.

Veríssimo, apesar de situado no período do cientificismo, tem o molde de sua atuação como crítico ainda baseado no modelo romântico. Vive, portanto, numa encruzilhada, presenciando o colapso desse sistema (brigando por ele em muitos momentos), o que de certa forma lhe propicia no fim da vida a lucidez – e até mesmo a ironia – em relação às figurações dos primeiros românticos.

Escalas

O que se vivia na Europa do início do século XIX era a “revolução do romance”, segundo a definição de Moretti (2013). Havia um cenário vibrante para a nova literatura, com a expansão de públicos, imbatíveis na França, país que, por se situar em posição central no continente, era rota importante, o que facilitou sua vocação de polo cultural. Paris mantinha-se à frente como centro de difusão literária. Se até o Iluminismo os escritores dos países mediterrâneos eram dominantes (vide o caso de Cervantes), no século XIX a balança da influência já pendia para o norte da Europa. Das terras alemãs, por exemplo, chegavam importantes novidades que os franceses faziam reverberar.

Não apenas no Brasil, mas em muitos outros países, a influência do romance europeu se fez presente numa combinação entre as tendências importadas e locais. Para lidar com essas passagens, Moretti (2013) cunhou a expressão (e a metodologia) do *distant reading*, uma espécie de leitura à distância em oposição ao método de *close reading* sedimentado na crítica literária. Um não invalida o outro. A distância torna-se, nessa proposição, uma condição de conhecimento, que permite focar em unidades maiores ou até menores que o texto. Assim, no estudo da *world literature*, seria possível ir além do grupo de livros considerados canônicos – em geral apenas uma parcela do que se publica – para ter noção mais clara do conjunto das publicações, sem necessariamente ler todas as obras. Isso implica a tarefa (às vezes exaustiva e por isso em geral cola-

borativa) de reunir dados que possam ser “lidos” de forma coordenada, inclusive por meio de mapas e dos chamados grafos usados nas análises de rede social. Conforme destacamos, na perspectiva aqui adotada, a partir de Kittler (1990), a ideia de *distant reading* pode ser associada à dimensão da exterioridade.

Junto com a “importação” do romance, os primeiros românticos trouxeram da Europa todo um horizonte de expectativas relacionado à esfera editorial, sobretudo a esperança de glórias e de popularidade que os escritores desfrutavam na Europa. Em 1836, um grupo de brasileiros reunidos em Paris, sob o comando de Gonçalves de Magalhães, lançou a *Niterói, Revista Brasiliense de Ciências, Letras e Artes*, que, apesar de ter sobrevivido apenas dois números, se tornou ponto de partida para o romantismo e o nacionalismo literário. “Estava lançada a cartada, fundindo medíocre, mas fecundamente, para uso nosso, o complexo Schlegel-Staël-Humboldt-Chateaubriand-Denis” (CANDIDO, 2006, p. 331).

Iniciou-se uma nova etapa na literatura brasileira, mas nem sempre como sonhavam os escritores. Nesse ponto, recorre-se ao crítico José Veríssimo para completar essa passagem da Europa ao Brasil. Obcecado pelo profissionalismo, ele estava atento em sua *História da literatura brasileira*, publicada em 1916, pouco depois de sua morte, às características do incipiente mercado editorial brasileiro e às biografias dos autores.

Tristeza

De acordo com José Veríssimo (1998), a nascente literatura brasileira, no período do romantismo, foi marcada pela tristeza.

De um lado, a melancolia de Magalhães e seus parceiros foi compatível com o próprio movimento, uma “tristeza de que penetrou a alma humana o sombrio catolicismo medieval. Na alma portuguesa, donde deriva a nossa, aumentou-a a forçada beataria popular, sob o terror da Inquisição e do jugo, acaso pior, do jesuitismo” (VERÍSSIMO, 1998, p. 185). Também pesava muito, reiterou Veríssimo (1998, p. 185), “o descontentamento criado nesses brasileiros pela desconformidade entre as suas ambições intelectuais e o meio”. Em prosa e em verso, lastimavam eles a “pouca estima e mesquinha recompensa do gênio que, parece, acreditavam ter e do despreço do seu trabalho literário” (VERÍSSIMO, 1998,

p. 185). Mas não tinham de todo razão, comenta Veríssimo (certamente puxando pela ironia):

Era inconsiderado pretender que um povo em suma inculto, e de mais a mais ocupado com a questão política, a organização da monarquia, a manutenção da ordem, de 1817 a 1848 alterada por todo o país, cuidasse de seus poetas e literatos. Não é, todavia, exato que, apesar disso, os descursasse por completo. O povo amava esses seus patrícios talentosos e sabidos, revia-se gostosamente neles, acatava desvanecido os louvores que mereciam aos que acreditava mais capazes de os apreciar (VERÍSSIMO, 1998, p. 185).

Além disso, a primeira geração romântica contou com o mecenato do Imperador Dom Pedro II, que, segundo Veríssimo (1998, p. 185) (ainda em tom irônico), por muitos anos deve ter sido a “única opinião pública que jamais houve no Brasil”. Mas a estima real não lhes bastava – a “ vaidade, infalível estigma profissional destes literatos”, não se contentava apenas com isso. A vaidade queria mais:

[...] quisera o impossível, que, como nas principais nações literárias da Europa, dessem às letras aqui consideração, glória e fortuna. Foi esse, aliás, um dos rasgos do Romantismo, o exagero da vaidade nos homens de letras e artistas, revendo a intensidade do descomedido individualismo da escola. Os dessa geração, porém, ainda tiveram pudor de não aludir sequer à feição material das suas ambições, pudor que, passado o Romantismo, desapareceria de todo, principalmente depois da emigração de literatos estrangeiros, industriais das letras, e da invasão do jornalismo pela literatura ou da literatura pelo jornalismo. *A desconformidade entre aqueles nossos primeiros homens de letras e o meio*, essa, porém, era real, continuou e acaso tem aumentado com o tempo. E basta para, com a mofineza sentimental que, sobre ser muito nossa, era também da época, explicar o matiz de tristeza da primeira geração romântica, no tom geral do seu entusiasmo político literário. Aumentando na segunda geração romântica, nunca mais desapareceria esse matiz das nossas letras, sob este aspecto expressão exata do nosso humor nacional. (VERÍSSIMO, 1998, p. 186, grifos nossos).

Assim, os primeiros românticos sonhavam em transplantar para o Brasil todo um circuito de circulação cultural. Na impossibilidade da

cópia exata, surgiria, na imaginação e na frustração dos escritores, um circuito adaptado. Esse movimento inicial, de fora para dentro, implica uma intencionalidade como marca distintiva – Roberto Schwarz analisa essa transposição na forma e nas contradições do romance de José de Alencar, o principal romântico.

A ninguém constringia frequentar em pensamento salões e barricadas de Paris. Mas trazer às nossas ruas e salas o cortejo de sublimes viscondessas, arrivistas fulminantes, ladrões ilustrados, ministros epigramáticos, príncipes imbecis, cientistas visionários, ainda que nos chegassem apenas os seus problemas e o seu tom, não combinava bem. Contudo, haveria romance em sua ausência? Os grandes temas, de que vem ao romance a energia e nos quais se ancora a sua forma – a carreira social, a força dissolvente do dinheiro, o embate de aristocracia e vida burguesa, o antagonismo entre amor e conveniência, vocação e ganha-pão – como ficavam no Brasil? Modificados, sem dúvida (SCHWARZ, 2000, p. 37-38).

De acordo com Candido, só se poderá falar em “literatura nova” no Brasil a partir do momento em que se adquiriu “a consciência da transformação e claro intuito de promovê-la, praticando-a intencionalmente” (2006, p. 329). Ainda em 1836, Gonçalves de Magalhães publicou em Paris *Suspiros poéticos e saudades*, “produto direto da revivescência religiosa operada na Alemanha pelo idealismo filosófico de Kant e Hegel, [e] em França pelo sentimentalismo católico de Chateaubriand” (VERÍSSIMO, 1998, p. 191). Mas a atividade de Gonçalves de Magalhães não se resumiu a escrever obras pioneiras do movimento romântico, a exemplo também de *A Confederação dos Tamoios* (1856). É o próprio Veríssimo quem observa como o escritor teria sido importante de outra perspectiva.

Magalhães, e seu exemplo influiria os seus companheiros e discípulos da primeira geração romântica, sentiu que o renovamento literário, de que as circunstâncias o faziam o principal promotor, carecia de apoiar-se em um labor mental mais copioso, mais variado e mais intenso, do que até então aqui feito. [...] e ainda fez jornalismo político e literário, e crítica. Pela sua constância, assiduidade, dedicação às letras, que a situação social alcançada no segundo reinado, ao contrário do que foi aqui comum, nunca lhe fez abandonar, é *Magalhães o primeiro em data dos nossos homens*

de letras, e um dos maiores pela inspiração fundamental, volume, variedade e ainda mérito da sua obra. Pode dizer-se que ele inicia, quanto é ela possível aqui, a carreira literária no Brasil, e ainda por isso é um fundador. (VERÍSSIMO, 1998, p. 202, grifos nossos).

Na passagem da Europa ao Brasil, portanto, articulam-se as tensões entre desejo de realização e possibilidades com que se defrontaram não apenas os românticos mas toda uma linhagem a partir deles, incluindo José Veríssimo. Na ida de um ponto a outro, traça-se uma linha no mapa que já não pode ser apagada: chegar à cidade colonial exige um trabalho de duplicidade, uma inevitável perspectiva comparatista (se Kittler consegue reconstituir a Rede 1800 sem sair do universo nacional, isso dificilmente poderia ocorrer para o Brasil em relação ao mesmo período). São os próprios escritores e os críticos os que se comparam o tempo todo aos de fora, assim como a sociedade de forma geral, ao importar ideias e estilos de vida. A intencionalidade destacada por Candido (2006) se torna fator preponderante para a configuração da literatura. Como destaca Gumbrecht, Candido “parece atribuir à literatura uma função mais ativa e mesmo motivacional, em vez de simplesmente representacional” (2005, p. 70). É uma perspectiva que, desse modo, contribui para a observação das redes discursivas relacionadas à literatura no Brasil.

Candido (2006) dá ênfase à função dos letrados para a ordem pública que começa a consolidar-se com a vinda da Corte ao país em 1808. Deu-se “bruscamente” destaque aos intelectuais, um “relevo inesperado”, pela necessidade “de recrutar entre eles funcionários, administradores, pregadores, oradores, professores, publicistas”: “Daí a sua tendência, pelo século afora, a continuar ligado às funções de caráter público, não apenas como forma de remuneração, mas como critério de prestígio” (CANDIDO, 2006, p. 246). Os intelectuais foram, assim, cercados por “uma auréola de relativa simpatia e prestígio” (CANDIDO, 2006, p. 247) que se endereçava sobretudo ao orador, ao jornalista, embora tenha repercutido na posição do escritor, mesmo quando suas obras não eram lidas.

Rama (1984), atuando pela lógica da exterioridade inspirada em Foucault (tal como Kittler), amplia a perspectiva de Candido para o quadro latino-americano, sem deixar de fora o Brasil. O autor uruguaio quer observar como os intelectuais se tornaram estratégicos a fim de executar

políticas de controle administrativo estabelecidas nas matrizes europeias, conformando a “cidade letrada”. Mas, em vez de meros executores, eles seriam projetistas, “a partir desses vastos planos que desenhavam os textos literários” (RAMA, 1984, p. 39)².

Uma das características da atuação dos letrados no território latino-americano foi sua associação à política, tomada como uma vocação dos escritores. Em carta a Baldomero Sanin Cano na virada do século XIX ao XX, José Enrique Rodó afirmava: “Talvez não seja você alheio a esta fatalidade da vida sul-americana que nos empurra à política quase todos os que temos uma caneta na mão. E eu não considero isto inteiramente como um mal” (apud RAMA, 1984, p. 111). A partir da matriz francesa, os intelectuais – e Veríssimo não fogia à regra – viam-se como figuras redentoras. Foi assim que na América Latina não prosperou “o romantismo idealista e individualista alemão, mas o romantismo social francês, fazendo de Victor Hugo um herói americano” (RAMA, 1984, p. 82). Em entusiasmado artigo de 28 de novembro de 1901 para o *Correio da Manhã* a propósito do centenário do poeta francês (que seria comemorado em 2 de fevereiro de 1902), Veríssimo afirmou: “Para nós brasileiros, ele [Hugo] foi verdadeiramente um iniciador literário e um instituidor social. O melhor do nosso republicanismo ingênuo, liberal, humanitário, desinteressado, veio-nos dele” (1901, p. 1). No pensamento brasileiro e na literatura do país, reiterou, foi grande sua influência: “Ouvimos-lhe transidos de admiração e assombro as suas vozes apocalípticas falando aos reis e aos povos. Curvamo-nos sob as suas bênçãos e maldições, vindas de Paris” (VERÍSSIMO, 1901, p. 1).

Na encruzilhada do tempo

Ao reconstituir os circuitos do que chama “crítica hermenêutica”, no período em que ocorre pela primeira vez a alfabetização em massa, Kittler (1990, p. 25) ao mesmo tempo aponta para a finitude dessa crítica. No momento de formação dos Estados nacionais, passa-se a ler a literatura alemã nas escolas e a poesia substitui a Bíblia. Pontuando a rede discursiva, tem-se a função da Mulher, igualada à Natureza (“*Nature, in the discourse*

2. Rama toma como ponto de partida para a análise da importação das ideias europeias a noção de transculturação de Fernando Ortiz.

network of 1800, is The Woman”; o artigo *the* foi riscado no original pelo autor, para indicar a impessoalidade da figura Mulher, ou seja, a negação à possibilidade de singularizá-la). Trata-se da mãe, professora caseira das primeiras letras, ainda que a escrita e a publicação lhe sejam negadas (o circuito das publicações dos homens de letras, diz Kittler, era homossexual)³. Mas a Mulher é aquela para quem se escreve, a razão de ser do poeta. Assim se origina a rede discursiva 1800: pela boca da mãe que nina seu filho com cantigas imemoriais.

Aos poucos, o sistema universitário se desenvolve, primeiramente visando a formar quadros para as novas burocracias estatais. Nasce a tradição do ensaio – ou da hermenêutica – na educação alemã desde os anos do ginásio. O ensino formal das meninas também é reforçado: elas precisam ser preparadas para a função de mães e para dar as lições de primeiras letras aos filhos. Educação (*Bildung*) torna-se uma palavra-chave. O mercado editorial se caracteriza, pela primeira vez, pelo excesso: há uma “mania” de leitura, especialmente entre as moças, que se considera salutar temperar. Esse excesso editorial torna-se uma característica importante. A rede discursiva desenvolve mecanismos de seleção pela crítica, pelas antologias, pelo ensino, com a formação de conjuntos de obras consideradas canônicas. A consolidação dos direitos de autor também é fundamental para a organização dos novos caminhos da circulação da cultura.

Os documentos empíricos são fundamentais para a reconstituição das redes discursivas por Kittler (1990). O arquivo com que trabalha compreende a própria literatura (por dentro), especialmente *Fausto*, de Goethe; uma grande variedade de material epistolar, especialmente de escritores; cartilhas de alfabetização; despachos administrativos; programas educacionais; obras filosóficas, entre outros. O poeta é a outra face da moeda em que aparece o funcionário público – um precisa do outro, e a rede discursiva 1800 se constitui com os dois. Goethe encontra-se no epicentro, ídolo admirado profundamente pelos leitores, sejam meninas colegiais, administradores públicos ou Hegel. Há uma demanda de interpretação em diferentes níveis: a hermenêutica incorpora-se no dia a dia, com as

3. Gumbrecht observa que Kittler incorpora uma consideração pragmática da diferença sexual para sua abordagem da história (2013).

novas formas de leitura. Dos textos sagrados, o objeto da hermenêutica desloca-se para a letra do poeta, a qual adquire, por sua vez, sacralidade.

O romantismo, desse modo, torna-se uma *tecnologia da letra*. Kittler (1990) não o analisa como se fosse uma ideologia que propicia uma noção da autonomia artística, a voz original do gênio, a expressão singular da imaginação criativa para além da realidade, o encontro com a totalidade. São ideias de alguma forma presentes, mas não estão assim definidas no livro de maneira conclusiva, como um conjunto fechado. Optar por defini-las antes de mostrar a materialidade em que se formam (aquilo que aponta o sentido) seria um exercício oposto ao que ele procura, e em alguma medida mais caricatural. Não se tem a configuração de superestruturas além das estruturas. Tudo se encontra na superfície, na própria superfície da materialidade dos textos, pois aí ocorre a inscrição na rede discursiva: é o lugar da “eficácia histórica”, como reitera Wellbery (1990, p. XVII). As curvas de variações, de descontinuidades, de heterogeneidades e de nuances do tempo se desenham pela comparação entre as duas redes discursivas, a de 1800 e a de 1900 (e, antes de 1800, Kittler (1990) faz referência ao que chama de *Republic of Scholars*, que não analisa com a mesma minúcia até por questões econômicas de espaço).

Enquanto tecnologia da letra, o romantismo vale-se de recursos tecnológicos diversos, como a crítica literária. A esse respeito, existe praticamente consenso: é com o romantismo que nasce a crítica literária tal como ela se desenvolveu (com variações, decerto) ao longo dos séculos XIX e XX. José Veríssimo em sua *História da literatura brasileira* já dava ênfase a esse momento originário:

A crítica como um ramo independente da literatura, o estudo das obras com um critério mais largo que as regras da retórica clássica, e já acompanhando de indagações psicológicas e referências mesológicas, históricas e outras, buscando compreender-lhes e explicá-lhes a formação e essência, essa crítica derivada aliás imediatamente daquela, pelo que lhe conservou alguma das feições mais antipáticas, nasceu com o romantismo (VERÍSSIMO, 1998, p. 384).

Embora vivesse no período do cientificismo, profundamente marcado pelo debate de ideias de seu tempo, a forma de articulação da crítica literária, tal como exercida por Veríssimo, é tributária do ideal hermenêutico

herdado do romantismo. Sainte-Beuve (1804-1869), o crítico dileto de Victor Hugo, continuava sendo exaltado como figura respeitada e ainda era imitado na prática da crítica literária brasileira do fim do século XIX. Quando começou sua atividade crítica no *Jornal do Brasil*, no fim de 1891, Veríssimo estabeleceu-se no espaço do Folhetim, publicado às segundas-feiras, seguindo o exemplo justamente de Sainte-Beuve com suas *Causeries du Lundi*.

A tradição da hermenêutica, da qual a crítica literária era tributária, destacada por Kittler (1990) como uma das criações do romantismo, começava a ruir na virada do século XIX para o XX. Veríssimo de alguma forma pressentiu essas mudanças e se debateu contra isso. Sinal disso são suas constantes menções saudosas ao *Jornal do Brasil* de 1891, onde começou sua atividade intelectual na capital, ao lado de Joaquim Nabuco, secretário de redação do jornal na época, e de Rodolfo Dantas, o criador da publicação. Conforme afirmou Nabuco em artigo na época que atuava no *Jornal do Brasil*, o objetivo deste era escrever páginas de História a cada dia. As análises de Nabuco – ou seja, seus artigos de fundo – faziam o sucesso do jornal. Por ocasião da morte precoce de Rodolfo Dantas, Veríssimo escreveu, na sua coluna no *Correio da Manhã*, que a concepção do *Jornal do Brasil* de 1891 talvez não fosse, de fato, “a mais consentânea com o tempo e o país”. Mesmo assim, reconhecendo-se “suspeito” para falar a respeito, destacou que era a “mais digna, a mais elevada, a mais generosa”.

[...] ele [Dantas] não compreendia o jornal senão como órgão desinteressado de doutrina, um expositor não só de fatos, mas de princípios, de ideias, de sugestões teóricas e práticas que esclarecessem, guiassem, dirigissem as opiniões e vontades.

O jornal à americana era-lhe profundamente antipático; o escândalo jornalístico, sob qualquer forma, lhe era odioso, e para seguir a massa, ele não faria jamais um jornal. Queria-o mais, bem feito, bem escrito, respeitável pelo elenco da sua redação e pelo procedimento do próprio jornal (VERÍSSIMO, 1901, p.1).

Um indício do seu embate contra a nova forma do fazer jornalístico, quando a lógica da crítica hermenêutica começou a perder espaço, expressou-se em sua rejeição aos repórteres. João do Rio pode ser tomado

como seu principal alvo de ataque e parece não ter ficado indiferente a isso. Veríssimo foi convidado por ele a participar da enquete *O momento literário*, de 1907, mas recusou-se a respondê-la, alegando – como conta o próprio João do Rio no texto – que seria uma maneira de ganhar dinheiro à custa dos outros. O repórter, em suas análises das respostas dos autores sobre como conciliar a vida literária com a jornalística, anuncia um novo tempo, em que a crítica, à moda romântica, não encontrava mais vez. A enquete pode ser tomada como uma afirmação (ou até revanche) da reportagem contra a crítica. Já nas primeiras linhas da apresentação, em “Antes”, João do Rio afirma:

O público quer uma nova curiosidade. [...] A curiosidade é hoje uma ânsia... *Ora, o jornalismo é o pai dessa nevrose, porque transformou a crítica e fez a reportagem.* Uma e outra fundiram-se: há neste momento a terrível reportagem experimental. Foram-se os tempos das variações eruditas sobre livros alheios e já vão caindo no silêncio das bibliotecas as teorias estéticas que às suas leis subordinavam obras alheias, esquecendo completamente os autores. Sainte-Beuve só é conhecido das gerações novas porque escreveu alguns versos e foi amante de Mme. Vitor Hugo. Talvez apenas dele se recordem por ter essa senhora esquecido o gigante para amar o zoilo. Quem vos fala hoje, a sério, de Schlegel, de Hegel, ou mesmo do pobre Hennequin? A crítica atual é a informação e a reportagem (RIO, 1907, p. 2, grifos nossos).

No desfecho, volta a atacar seu alvo. No trecho “Depois”, no qual conclui os resultados do inquérito reproduzindo um suposto diálogo com um amigo, não há rodeios: “Meu amigo, eu acho que a crítica está absolutamente acabada” (RIO, 1907, p. 100). As reflexões de Sainte-Beuve (mais uma referência ao crítico francês), os ensaios científicos ou metafísicos para explicar a composição da *Comédia*, de Dante, entre outros exemplos que cita, “desapareceram por completo” (RIO, 1907, p. 100). João do Rio é taxativo: “Hoje, sejamos francos, a literatura é uma profissão que carece do reclamo e que tem como *único crítico* o afrancesado Sucesso” (RIO, 1907, p. 100, grifos nossos). O êxito de uma obra seria resultante de “uma força”, que não seria “cega”, destacou João do Rio, em metáfora que remete à ideia de Justiça e, portanto, àqueles que julgam, os quais, a exemplo dos críticos, deveriam ser “cegos” para serem justos. Essa “força” também não seria

“inexplicável” e basearia-se em “leis fáceis de determinar”, o que pode ser tomado como outra contraposição à crítica, nem sempre fácil. As novas leis, ao contrário, seriam fáceis porque nascem da “notoriedade lucrativa” e do “valor de mercado” – e “a venda é uma força” (RIO, 1907, p. 100). João do Rio expõe, desse modo, dilemas que já estavam sendo vivenciados por Veríssimo.

Apesar de tudo

Se, como reconhece José Veríssimo, a crítica nasceu com o romantismo, foi somente na sua geração, na virada do século XIX para o XX, que ela encontrou no Brasil meios para alguma profissionalização. Veríssimo formou, ao lado de Sílvio Romero e Araripe Jr., a tríade dos grandes críticos do período, os quais fundaram a tradição da crítica literária brasileira. Claro, a atividade já existia antes, mas não havia condições para uma ação continuada. Os críticos que vieram antes do período republicano não tiveram as condições de realizar obras extensas e com linhas programáticas plenamente desenvolvidas, até porque muitos morreram cedo (a esse respeito ver SOUZA, 2015). Dos três grandes críticos de seu tempo, Veríssimo foi aquele de maior atuação em jornais e que vivenciou mais diretamente os dilemas relacionados à sua atividade impostos pelas novas formas do fazer jornalístico. Ou seja, atuava em moldes herdados do romantismo num momento em que o tipo de articulação que propunha, tributária da tradição da crítica hermenêutica, deixava de encontrar acolhida no cotidiano da imprensa.

Sua atuação nos jornais e em relação ao mercado editorial foi marcada por uma busca constante de profissionalismo. Não aceitava colaborar sem remuneração e quando dirigiu a *Revista Brasileira*, de 1895 a 1899, impôs padrões profissionais à publicação, preocupado, por exemplo, em remunerar, por sua vez, todos os seus colaboradores. Em seus textos, não estava atento apenas à literatura, mas preocupava-se com a apresentação dos livros, como sua formatação gráfica, a qualidade do papel e sobretudo os erros tipográficos que chegavam a mutilar ideias. Os livreiros-editores, como Laemmert e Garnier, de forma geral, condenava o crítico, eram todos “grão-senhores” que viviam “exclusivamente da mercadoria estrangeira”: “Parecem fazer-nos um grande favor quando nos tem um

livro para vender, ainda mais com grande comissão” (carta a Oliveira Lima, 09.06.1899, apud BERTOL, 2016, p. 115). E completava: “Uma das causas do insucesso material da *Revista [Brasileira]* é esta situação. Damos aos nossos agentes 20%; pois bem alguns acabam por abandonarem a nossa freguesia dizendo-nos que não vale a pena” (carta a Oliveira Lima, 09.06.1899, apud BERTOL, 2016, p. 115)⁴.

A sua preocupação constante a respeito da profissionalização fez com que lançasse esse olhar também em relação aos autores românticos, que estariam em busca, no Brasil, da glória que seus pares nacionais desfrutavam na Europa. Nesse sentido, a proposição de Wellbery (1990) a respeito da *world literature*, no que se refere aos conceitos de Kittler (1990), é interessante, pois não se trata ali de analisar apenas a transposição do conteúdo e das ideias apresentadas nas obras, mas de levar em conta a transposição da própria rede discursiva ou do sistema de notação, ou seja, do complexo que propicia as formações de sentido, o que inclui o circuito editorial de forma geral.

A busca constante de profissionalização em Veríssimo se conecta às materialidades da comunicação que dispunha para agir. Diferentemente dos primeiros românticos, que expressaram sua frustração em tristeza, Veríssimo lança mão da ironia (assim como Machado de Assis) e da indignação. O crítico quer trabalhar para mudar a realidade e, como homem de seu tempo, acredita na regeneração que o intelectual poderia prover. Enquanto professor (do Pedro II) e teórico da educação (autor de *A educação nacional*, obra de 1890, e de muitos estudos pedagógicos), travou uma luta constante pela formação de leitores no país. Esta foi uma das missões, por exemplo, que tomou para si quando dirigiu a *Revista Brasileira*.

Esta [a *Revista Brasileira*] vai indo, ganhando terreno é certo, mas muito lentamente. Ainda não temos, como me dizia há muitos anos o Machado de Assis, nem público, nem escritores de Revista. Creio, porém, que é teimando que conseguiremos, uma e outra coisa, e por isso [...] teimarei. Artigos como os seus concorrem para

4. A carta integra o acervo da Oliveira Lima Library, mantido na Universidade Católica da América, em Washington, D.C.. O material, inédito, foi transcrito por mim e analisado na íntegra na pesquisa de Doutorado (BERTOL, 2016), base para o atual artigo.

formar os segundos e portanto conquistar aos primeiros [...] (VERÍSSIMO, carta a Oliveira Lima, 27.02.1896, apud BERTOL, 2016, p. 121).

Apesar de toda sua ironia em relação aos primeiros românticos, Veríssimo assumiu como luta a frustração daqueles em relação a uma realidade de poucos recursos. Sua existência mesmo, de crítico profissional com atuação continuada (apesar dos percalços que nunca deixou de enfrentar), indica uma certa sofisticação do circuito editorial. No entanto, ainda havia no seu caso (e nos críticos de sua geração) talvez um certo descompasso, aquele que pode ocorrer quando as ideias brigam com o tempo.

Referências

- BERTOL, Rachel. *A crítica literária em circuitos jornalísticos: José Veríssimo na imprensa da belle époque carioca*. 2016. 285f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, 2016.
- CANDIDO, Antonio. *A formação da literatura brasileira: Momentos decisivos 1750-1880*. Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2006 [1957].
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 5ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 1996 [1970].
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. Devemos continuar escrevendo histórias da literatura?. In: MOREIRA, Maria Eunice. *Histórias da literatura: Teorias e perspectivas*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.
- _____. Media History as the Event of Truth: On the singularity of Friedrich A. Kittler's Works, Afterword, in KITTTLER, Friedrich. *The truth of the technological world*. Traduzido por Erik Butler. Stanford University Press: Stanford, Califórnia, 2013.
- _____. *Nosso amplo presente: O tempo e a cultura contemporânea*. Tradução Ana Isabel Soares. 1ª ed. São Paulo: Editora Unesp, 2015.
- KITTTLER, Friedrich. *Discourse Networks, 1800/1900*. Traduzido por Michael Metteer com Chris Cullens. Prefácio de David Wellbery. Stanford University Press: Stanford, Califórnia, 1990.
- MORETTI, Franco. Conjeturas sobre a literatura mundial. Tradução de José Marcos Macedo. *Novos Estudos CEBRAP*. n. 58, nov, pp. 173-181, 2000.
- _____. *Distant reading*. Londres, Nova York: Verso, 2013.
- RAMA, Ángel. *A cidade das letras*. Tradução de Emir Sader. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1984.
- RIO, João do. *O momento literário*, inquérito. 1907. [Obra em domínio público]. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

SCHWARZ, Roberto. A importação do romance e suas contradições em Alencar (1977). In: SCHWARZ, Roberto. *Ao vencedor as batatas*. São Paulo: Editora 34, 2000.

SOUZA, Roberto Acízelo de. *Variações sobre o mesmo tema: ensaios de crítica, história e teoria literárias*. Chapecó, SC: Argos, 2015.

VERÍSSIMO, José. *História da literatura brasileira: de Bento Teixeira (1601) a Machado de Assis (1908)*. 7ª ed. Rio de Janeiro: Topbooks, 1998 [1916].

_____. Rodolpho Dantas. In: *Correio da Manhã*, 16 set. 1901, p. 1. [Acervo da Fundação Biblioteca Nacional].

WELLBERY, David E. Foreword. In: KITTTLER, Friedrich. *Discourse Networks, 1800/1900*. Traduzido por Michael Metteer com Chris Cullens. Prefácio de David Wellbery. Stanford University Press: Stanford, Califórnia, 1990.

CAPÍTULO 15

Edições portuguesas censuradas no Brasil

SANDRA REIMÃO

Introdução

Durante a ditadura militar (1964-1985) vários livros publicados no exterior foram impedidos de circular e de serem comercializados no Brasil. Utilizando como fonte tanto documentos primários como referências secundárias, localizamos 18 livros não ficcionais editados em Portugal que foram censurados no Brasil no período. Este texto busca apresentar uma compreensão contextualizada dos vetos censórios no Brasil a livros de editoras estrangeiras, no caso, portuguesas, na complexa trama das relações políticas e culturais internacionais.

Anotações sobre Portugal e Brasil na década de 1970

A Revolução Portuguesa de 25 de Abril de 1974, a Revolução dos Cravos, depôs a ditadura que vigorava desde 1933 e restabeleceu as liberdades democráticas. Em 1974, no Brasil, vivia-se nos “anos de chumbo”, como se costuma denominar os anos posteriores à decretação do Ato Institucional número 5, AI5, momento em que o país viveu o período

mais repressivo da ditadura militar com centenas de mortes de militantes de esquerda e com alguns opositores ao regime sendo obrigados a viver no exílio.

No calor da hora, Chico Buarque escreveu a primeira versão da letra da música *Tanto Mar* (1975), em que festeja a Revolução dos Cravos e solicita que Portugal envie para o Brasil, urgentemente, “algum cheirinho de alecrim”:

Sei que estás em festa, pá
 Fico contente
 E enquanto estou ausente
 Guarda um cravo para mim
 Eu queria estar na festa, pá
 Com a tua gente
 E colher pessoalmente
 Alguma flor no teu jardim
 Sei que há léguas a nos separar
 Tanto mar, tanto mar
 Sei também quanto é preciso, pá
 Navegar, navegar
 Lá faz primavera, pá
 Cá estou doente
 Manda urgentemente
 Algum cheirinho de alecrim¹

Essa letra foi proibida no Brasil. Encontramos na letra da canção *Tanto Mar* uma citação da frase “Navegar é preciso, viver não é preciso” utilizada por Fernando Pessoa (1987, p. 1) como título e como verso de um poema, já como uma referência a uma frase de antigos navegadores. Na canção *Tanto Mar* ressoam também as frases iniciais do poema de Pablo Neruda *Ode ao mar* (tradução nossa):

Aqui na ilha há tanto mar, / o mar e mais mar. / Ele transborda de tempo em tempo/ diz que sim, diz que não [...] Não fica tranquilo, não consegue parar/ Meu nome é mar ele repete/ Batendo numa pedra, mas sem convencê-la [...] Repetindo seu próprio nome.

1. *Tanto Mar*, Chico Buarque (1ª versão).

Posteriormente, descontente com os desdobramentos políticos da Revolução dos Cravos, Chico Buarque fará uma segunda versão da letra de *Tanto Mar* (1978), em que o tempo presente das primeiras estrofes é substituído pelo pretérito: “Sei que estás em festa, pá/ Fico contente” é modificado para: “Foi bonita a festa, pá/ Fiquei contente”; e o símbolo da Revolução, o cravo, passa a ser guardado como símbolo de resistência: “guardo, renitente, um velho cravo para mim”. E por fim, aquilo que era descrito como uma festa no presente se transforma em esperança futura: “Já murcharam tua festa, pá/ Mas certamente/ Esqueceram uma semente/ Em algum canto de jardim”.

Foi bonita a festa, pá
Fiquei contente
Ainda guardo, renitente,
um velho cravo para mim
Já murcharam tua festa, pá
Mas certamente
Esqueceram uma semente
Nalgum canto de jardim
Sei que há léguas a nos separar
Tanto mar, tanto mar
Sei também quanto é preciso, pá
Navegar, navegar/
Canta a primavera, pá/
Cá estou carente/
Manda novamente/
Algum cheirinho de alecrim²

Lembremos que anteriormente, em 1972, Chico Buarque, já abordara um tema relativo aos vínculos Brasil-Portugal. A peça teatral *Calabar*, escrita em parceria com Ruy Guerra, enfoca Domingos Fernandes Calabar, brasileiro que, no século 17, depois de colaborar por anos com os portugueses contra os holandeses que invadiram o nordeste brasileiro, passa a agir a favor dos holandeses. Forças portuguesas, lideradas por Matias Albuquerque, capturaram e mataram Calabar. A peça de Chico Buarque e

2. *Tanto Mar*, Chico Buarque (2ª versão).

Ruy Guerra discute qual o sentido de sua chamada ‘traição’.

Na música *Fado Tropical*, de *Calabar*, a personagem Matias Albuquerque, o executor de Calabar, fala na violência física dos portugueses contra os chamados adversários ou traidores. Fala de “mãos ocupadas em torturar, esganar, trucidar” e depois, voltando-se para o Brasil, afirma “ai essa terra ainda vai cumprir seu ideal, ainda vai tornar-se um imenso Portugal”.

Em 1972 a afirmação de que o Brasil “vai tornar-se um imenso Portugal”, era, no contexto de *Fado Tropical* na peça *Calabar*, uma denúncia da existência da tortura no regime fascista português e na ditadura brasileira. Depois de 1974 a afirmação adquire outro sentido, e passa a poder ser vista como o sonho de uma Revolução dos Cravos no Brasil. Essa letra também foi censurada no Brasil³.

A Revolução de 25 de abril de 1974 revigorou em Portugal as atividades culturais e artísticas politicamente engajadas, que já vinham começando a se expandir nos últimos anos da ditadura.

João Madeira descreve assim este renascimento:

Nos últimos anos da ditadura, na sua agonia, vivia-se um acentuado processo de politização e de radicalização não só nos meios estudantis, na universidade e mesmo nos liceus, mas também entre um proletariado jovem das cinturas industriais e em camadas da pequena burguesia dos serviços, fenómeno bem patente em Lisboa, uma cidade cada vez mais macrocéfala, num país esvaído pela guerra colonial e pela emigração. O aproveitamento da campanha eleitoral de 1973, as lutas estudantis, as movimentações sindicais pela contratação coletiva, a vaga de greves nos últimos meses antes do 25 de Abril reflete essa realidade, operada entre as brechas de um regime que se decompunha. (MADEIRA, 2014, p. 25).

As atividades editoriais politicamente engajadas à esquerda também conheceram uma grande expansão após a Revolução dos Cravos:

3. Ver depoimento (montagem de duas interpretações e entrevista em 1978 para TV Bandeirantes) de Chico Buarque sobre as duas músicas, disponível em: <<https://www.youtube.com/playlist?list=FLoaxEPborF7AtO9jtg9P8XQ>>. Um trecho maior desta entrevista de 1978 integra o DVD *Vai Passar* (a partir de 10m49s) da Coleção Chico Buarque – A série (Box set com 13 DVDs), EMI Music, 2006, realizado a partir do arquivo da TV Bandeirantes.

Portugal assistiu desde 1968, mas principalmente após [...] 25 de Abril de 1974, a uma explosão do que podemos chamar de *edição política* [...] dentro de um movimento mais amplo de liberação política e cultural decorrente do fim da opressão. (SILVA, 2011, p. 313).

É em meio a este *boom* editorial de publicação de livros politicamente engajados à esquerda, na década de 1970 e especialmente depois de 1974, após décadas de rígida censura durante a ditadura salazarista, que se encontram as edições portuguesas que foram censuradas no Brasil – tema deste estudo.

Embora houvesse formalmente em Portugal censura a trabalhos artísticos e literários desde 1926, foi a partir da instalação da ditadura fascista em Portugal que o mecanismo censório foi fortalecido. Foi a partir de 1933 que “a censura com caráter sistemático – e prévio para as publicações periódicas – passa a integrar a matriz de ação do eixo repressivo do poder [...]” (MEDEIROS, 2010, p. 74).

Em meio à crescente expansão da atividade censória, nos anos 1950 um decreto-lei “confere às forças policiais a faculdade legal de encerramento de quaisquer tipografias que imprimissem textos de caráter subversivo [...] revertendo a favor do Estado o material e os equipamentos apreendidos” (MEDEIROS, 2010, p. 76).

Edição portuguesa, veto brasileiro

Utilizando como fontes: 1) Pareceres dos Serviços e da Divisão de Censura de Diversões Públicas, SCDP-DCDP preservados no Arquivo Nacional; 2) Despachos publicados, ao longo dos anos, no *Diário Oficial*, DO, e 3) a listagem elaborada por Deonísio da Silva em *Nos bastidores da censura* (1989); identificamos 47 livros não ficcionais em edições estrangeiras censurados durante a ditadura militar brasileira. Entre esses, 18 são publicações portuguesas.

Os livros de não ficção em edições portuguesas sobre os quais encontramos documentação de veto censório no Brasil entre 1964 e 1985 são:

-*ABC do comunismo*, Nikolai Boukharine. Coimbra, Centelha 1974. (parecer indicativo de veto DCDP 1975)

- A concepção das super potencias*, Pierre Maes. Coimbra, Centelha, 1975. (parecer indicativo de veto DCDP 1975)
- O papel da mulher na solução do problema feminino nos países socialistas*, Unikelayena Tereskova. Lisboa, Prelo Ed., 1975. (parecer indicativo de veto DCDP 1975)
- Os comunistas e o desporto*, Laurent, Barran, Faure. Lisboa, Prelo Ed., 1974. (parecer indicativo de veto DCDP 1975)
- O esquerdismo, a doença infantil do comunismo*. Lenin. Coimbra, Centelha, 1974. (parecer indicativo de veto DCDP 1975)
- A catástrofe iminente e os meios de a conjurar*. Lenin. Coimbra, Centelha, 1974. (parecer indicativo de veto DCDP 1975)
- O imperialismo e a cisão do socialismo*. Lenin. Lisboa, Minerva, 1975. (parecer indicativo de veto DCDP 1975)
- Sobre a caricatura do marxismo e o 'economismo imperialista'*. Lenin. Minerva, Lisboa, 1975. (parecer indicativo de veto DCDP 1975).
- Os sindicatos e a gestão de empresas na URSS*, Lazarenko. Lisboa, Prelo Ed., 1975. (parecer indicativo de veto DCDP 1975)
- Um português em Cuba*, Alexandre Cabral. Lisboa, Prelo Ed., 1975. (parecer indicativo de veto DCDP 1975)
- A união popular e o domínio da economia*, Philippe Herzog. Lisboa, Prelo Ed., 1974. (parecer indicativo de veto DCDP 1975)
- Rumo à vitória*, Álvaro Cunhal. Porto, Edições A Opinião, 1974. (despacho de veto publicado no DOU 17.07.1975)
- A aventura boliviana*, Che Guevara, Fidel Castro e outros. Porto, Limiar, 1975. (despacho de veto censório publicado no DOU 06.01.77)
- Citações de Lenin sobre a Revolução Proletária e a ditadura do proletariado*. Lenin. Lisboa, Editora Povo e Cultura, 1975. (despacho de veto publicado no DOU em 06.01.1977)
- Estruturalismo*, Levi Strauss. Lisboa, Portugália Ed., 1976. (fonte: Silva, 1989)
- O modo de produção asiático*, Gianni Sofri. Lisboa, Seara Nova, 1974. (fonte: Silva, 1989)

-*Actas Tupamaras uma experiência de guerrilha urbana no Uruguai*. Lisboa, Diabril, 1976. (fonte: Silva, 1989)

-*Uma aldeia da China Popular*, Jan Myrdal. Lisboa, Moraes, 1966. (fonte: Silva, 1989)

Observemos inicialmente nesta listagem que, com exceção do livro *Uma aldeia da China Popular* cuja data de publicação é o ano de 1966, todas as outras edições são de 1974, 1975 e 1976 – ou seja, incluem-se no recorte cronológico posterior à Revolução dos Cravos, no *boom* editorial que a ela se seguiu.

A grande maioria dos títulos acima listados pode ser vista como textos marxistas – alguns mais clássicos e outros mais circunstanciais. A presença de Lenin [nome de batismo: Vladimir Ilyich Ulyanov] é um claro destaque nesta listagem – são 4 obras de sua autoria: *O esquerdismo, a doença infantil do comunismo, A catástrofe iminente e os meios de a conjurar, O imperialismo e a cisão do socialismo, Sobre a caricatura do marxismo e o 'economismo imperialista'*; e uma quinta obra a partir de citações suas, *Citações de Lenine sobre a Revolução Proletária e a ditadura do proletariado*.

O veto à importação para o Brasil da edição portuguesa de *Estruturalismo*, de Claude Lévi-Strauss, publicado pela editora Portugália, é um dado para o qual não conseguimos uma explicação clara. Como observação correlata, lembremos que na década de 1930 Claude Lévi-Strauss integrou uma das missões francesas que vieram auxiliar na instalação de cátedras nos cursos da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade São Paulo. Júlio de Mesquita Filho, do jornal *O Estado de S. Paulo*, segundo depoimento de Roger Bastide citado por Irene Cardoso, “considerava Lévi-Strauss elemento ‘perigoso’, ligado à Frente Popular francesa, considerada por Mesquita como ‘comunista’” (CARDOSO, 1982, p. 182).

Notemos, assinalando a complexa relação entre feminismo e Estados autoritários, que o veto ao livro *O papel da mulher na solução do problema feminino nos países socialistas* deu-se em 1975, mesmo ano do veto a *A mulher na construção do mundo futuro* e *A automação e o futuro do homem*, ambos da escritora feminista brasileira Rose Marie Muraro (REIMÃO, 2011).

Destaquemos agora duas obras de autores portugueses: *Rumo à vitória*, de Álvaro Cunhal, e *Um português em Cuba*, de Alexandre Cabral.

Rumo à vitória, cujo subtítulo é *As Tarefas do Partido na Revolução Democrática e Nacional*, foi um relatório feito para o Comitê Nacional do Partido Comunista Português em abril de 1964 e apresentado no VI Congresso do Partido em 1965. Álvaro Cunhal (1913-2005) dedicou-se a vida inteira ao Partido Comunista Português, ao qual se filiou aos 17 anos. Depois da Revolução de 25 de abril, foi Ministro sem pasta entre 1975 e 1992. *Rumo à vitória*, antes de ser publicado em 1974, teve duas edições clandestinas.

Conhecido e reconhecido intelectual, crítico literário e escritor de esquerda, Alexandre Cabral (nome literário de José dos Santos Cabral (1917-1996)) narra, na obra *Um português em Cuba*, os 30 dias que passou na ilha entre 28 de maio e 25 de julho de 1964. Publicado em outubro de 1969, “com a relativa e sofisticada abertura concedida pelo governo caetanista” (CABRAL, 1974, p. 14) a obra teve uma segunda edição em dezembro de 1968, a qual foi apreendida pela polícia portuguesa em fevereiro de 1970.

Nas páginas iniciais de *Um português em Cuba*, Alexandre Cabral apresenta-se da seguinte forma:

Sou Alexandre Cabral, escritor, preso pela PIDE em 1952, acusado de militar no Partido Comunista Português; preso pela PIDE em 1963, acusado de pertencer ao Setor Intelectual do Partido Comunista Português; preso pela PIDE em 1964, no regresso de uma viagem clandestina a Cuba, a Ilha da Liberdade, onde fui a convite do governo de Fidel Castro. (CABRAL, 1974, p. 18).

A terceira edição de *Um português em Cuba* só aconteceria em setembro de 1974.

Povo e Cultura, Minerva, Diabril, Prelo, Portugália, Seara Nova, Morais, Centelha, Limiar e A Opinião – casas editoriais

As editoras portuguesas que tiveram livros não ficcionais censurados no Brasil entre 1964 e 1985 foram: Povo e Cultura, Minerva, Diabril, Prelo, Portugália, Seara Nova e Morais, todas de Lisboa; de Coimbra, a editora Centelha; e da cidade do Porto, as editoras Limiar e A Opinião.

Trata-se de um conjunto bastante diversificado de casas editoriais.

Algumas com várias décadas de existência: Seara Nova (fundada em 1921), Minerva (1927), Portugália (1942), Morais (1956) e Prelo (1960); outras, fundadas entre 1968 e 1973: Centelha e Povo e Cultura; por fim, aquelas fundadas depois da Revolução de 25 de Abril: Diabril, A Opinião e Limiar (SILVA, 2011, p. 96-100).

Neste conjunto de editoras portuguesas, é possível encontrar desde empresas vinculadas diretamente aos partidos políticos, como a Seara Nova, Prelo e Opinião, do Partido Comunista Português, até editoras que eventualmente publicavam livros políticos, como Portugália, Minerva e Limiar (SILVA, 2011, p. 96-100).

Em que pese a violenta atitude repressiva do governo ditatorial fascista em Portugal em relação à cadeia de produção e distribuição de livros, houve, mesmo assim, no período, edições de livros de esquerda.

Nuno Medeiros, no livro *Edição e editores: o mundo do livro em Portugal 1940-1970*, esclarece assim este fato:

Durante o magistério de Salazar, a maior parte do campo editorial não terá sido seduzida pelos – poucos – cometimentos públicos no sector, guindando o seu comportamento a uma sistemática falta de colaboração, quando não mesmo enfrentamento ou desafio, visível, por exemplo, no modo reiterado como eram publicados autores e obras reconhecidamente pouco queridos dos censores. (MEDEIROS, 2010, p. 59).

Sendo executada por atos de intimidação, perseguições e apreensões, a história dos atos de proibição, apreensão e coação a livros e agentes do livro é composta de inúmeros fragmentos e está sendo escrita. “Não havendo censura prévia sobre os livros”, explica Maria Luísa Alvim, “a polícia política apreende-os nas tipografias, nas casas editoras, nas livrarias, nas casas particulares e vigiava a sua circulação nos correios, com total desrespeito pelos direitos do homem” (ALVIM, 1992, p. 3).

Na obra *Livros proibidos pelo regime fascista*, produzido pela Comissão do Livro Negro sobre o Regime Fascista, criado pelo Decreto-lei número 110/78, há uma relação de obras proibidas, elaborada a partir de comunicações recebidas por editores e livreiros da Direção dos Serviços de Censura e da Direção Geral de Informação. Esta listagem é parcial e com dados bibliográficos incompletos, mas pode dar uma dimensão da atuação

da censura em relação aos livros no período em foco. A Comissão destaca que “A repressão abate-se ferocíssima sobre os autores marxistas. Cerca de 60 edições de obras de Karl Marx e Friedrich Engels, mais de 30 de Lenine, 16 de J. Staline, 14 de Mao Tse-Tung, 18 de Léon Trotzki” (COMISSÃO DO LIVRO NEGRO SOBRE O REGIME FASCISTA, 1981, p. 6-7). Os livros de Marx, Engels e Lênin foram confiscados em edições em diversas línguas: português, espanhol, italiano e francês.

Posteriormente à publicação, em 1978, de *Livros proibidos pelo regime fascista*, vários pesquisadores se dedicaram a ampliar e completar os dados dessa listagem. Em 1992, através de consultas aos catálogos de bibliotecas portuguesas, Maria Luísa Alvim elaborou um trabalho em que buscava completar dados bibliográficos sobre títulos que foram listados pela Comissão do Livro Negro sobre o Regime Fascista. A autora conseguiu dados bibliográficos completos de 508 títulos, ficando ainda referências esparsas e incompletas a outros 900 (ALVIM, 1992, p. 3).

O livro *Uma aldeia da China Popular* foi censurado em Portugal na mesma edição em que o foi no Brasil: a da editora Moraes de 1966. Algumas obras de Lênin, assim como *Um português em Cuba*, foram censurados em Portugal em edições anteriores àquelas vetadas no Brasil.

Sobre os argumentos censórios

Os embasamentos nos pareceres brasileiros para os vetos censórios aqui enfocados – os dezoito livros não ficcionais editados em Portugal e vetados no Brasil entre 1964 e 1985 são, basicamente, dois: a frase “opino por sua interceptação por considerá-los veículos de divulgação de propaganda ideológica marxista-leninista” ou a referência ao artigo 54 do decreto-lei 898 de 1969.

O decreto-lei nº 898, de 29 de setembro de 1969, denominado Lei de Segurança Nacional, “define os crimes contra a segurança nacional, a ordem política e social, estabelece seu processo e dá outras providências”, e é rigorosíssimo nas punições previstas.

O decreto-lei nº 898 esteve em vigência de 29 de setembro de 1969 a dezembro de 1978. Os três primeiros artigos do capítulo 1 caracterizam plenamente a amplitude da expressão “Segurança Nacional”:

Art. 1º Toda pessoa natural ou jurídica é responsável pela segurança nacional, nos limites definidos em lei.

Art. 2º A segurança nacional /é/ a garantia da consecução dos objetivos nacionais contra antagonismos, tanto internos como externos.

Art. 3º A segurança nacional compreende, essencialmente, medidas destinadas à preservação da segurança externa e interna, inclusive a prevenção e repressão da guerra psicológica adversa e da guerra revolucionária ou subversiva.

O capítulo 2 do Decreto-lei 898 se intitula “Dos crimes e das penas” e, no Artigo 45, afirma ser crime fazer “propaganda subversiva” e, especifica:

[...] utilizando-se de quaisquer meios de comunicação social, tais como jornais, revistas, periódicos, livros, boletins, panfletos, rádio, televisão, cinema, teatro e congêneres, como veículos de propaganda de guerra psicológica adversa ou de guerra revolucionária ou subversiva.

No artigo 54 estão apresentadas as punições previstas aos que em “jornal, periódico, livro, ou qualquer outros impressos”, e também “radiodifusão ou televisão”, atentarem (na visão dos governantes) contra a segurança nacional – que vão desde apreensão até, em caso de reincidência, ao fechamento da empresa

Art. 54. Nos crimes definidos nos arts. 16, e seus parágrafos, 34 e seu parágrafo único, 36 e seu parágrafo único, 39 e seus parágrafos, 45 e seu parágrafo único e 47 e seus parágrafos, o Ministro de Estado da Justiça, sem prejuízo da ação penal prevista neste Decreto-lei, poderá determinar a apreensão de jornal, periódico, livro ou qualquer outros impresso, a suspensão de sua impressão, circulação, distribuição ou venda, no território brasileiro, e, se tratar de, radiodifusão ou de televisão, representar ao Ministro de Estado das Comunicações, para a suspensão de seu funcionamento.

Parágrafo único. No caso de reincidência, praticada pelo mesmo jornal, periódico, livro ou qualquer outro impresso ou pela mesma empresa ou por periódico de empresas diferentes, mas que tenham

o mesmo diretor ou responsável, ainda, o Ministro de Estado da Justiça poderá determinar ao Oficial do Registro Civil das Pessoas Jurídicas competente o cancelamento do registro respectivo e, em se tratando de radiodifusão ou de televisão, representar ao Ministro de Estado das Comunicações para a cassação da respectiva concessão ou permissão, e ulterior cancelamento do registro.

Art. 55. A responsabilidade penal pela propaganda, subversiva independe da civil e não exclui as decorrentes de outros crimes, na forma deste Decreto-lei ou de outras Lei.

O decreto-lei nº 898 foi revogado em 1978. Os dois pareceres censórios referentes aos livros editados em Portugal (ambos coletivos, um com oito títulos, outro com três) são datados de junho de 1975, mesmo mês de publicação do despacho de veto ao livro *Rumo à Vitória*, de Álvaro Cunhal – o que atesta a preocupação da ditadura brasileira em relação aos desdobramentos da política portuguesa após a Revolução de Abril de 1974.

No mesmo sentido, assinalemos que ambos os pareceres aqui enfocados foram assinados por Solange Maria Teixeira Hernandez, uma funcionária que, pelo seu envolvimento com as tarefas censórias, acabou por ganhar certa notoriedade pública. Posteriormente, “dona” Solange se tornou diretora da Divisão de Censura de Diversões Públicas, cargo que exerceu entre 1981 e 1984.

Brasil e Portugal: algumas observações finais

Durante o século 19 e início do século 20, o Brasil era visto por editores portugueses como uma extensão de seus mercados. O crescimento da indústria editorial brasileira a partir de 1920, e destacadamente nos anos 1960 e 1970, altera completamente este quadro – e ambos os mercados parecem se distanciar (MEDEIROS, 2015, p. 84).

O editor português António de Souza-Pinto, que por décadas militou pela divulgação da literatura brasileira em Portugal e vice-versa, na década de 1980, em um momento de análise e desabafo, lamenta como países tão fraternos e próximos culturalmente, países que “pareciam vocacionados para um empenhamento profícuo no âmbito cultural” e que, portanto, “poderiam funcionar como um elo atlântico [...] entre a América e a

Europa” vivam, entretanto, um “desfasamento cultural” (SOUZA-PINTO, 1982, p. 9).

Antônio de Souza-Pinto termina por lamentar também o fato de, no século 20, não ter havido no Brasil e em Portugal “a criação de empresas mistas protegidas por ambos os Estados e destinadas ao labor de divulgação nos setores possíveis do âmbito cultural: literário, musical, cinematográfico, artístico, etc.” (SOUZA-PINTO, 1982, p. 10).

Em sentido diverso, porém complementar, Antonio Candido, no artigo *Portugueses no Brasil* publicado na coletânea *O Albatroz e o Chinês*, destaca “[...] intelectuais portugueses que vieram para o Brasil no tempo da ditadura salazarista e marcaram a nossa vida cultural”, houve intelectuais que aqui “ficaram pouco tempo, outros que passaram aqui vários anos” e também os que se radicaram (CANDIDO, 2004, p.73).

Construído como “memórias afetivas” de eventos e pessoas entre os anos 1940 e 1974, Antonio Candido, neste artigo, narra episódios de atuação e inserção de vários exilados portugueses na vida cultural do Brasil. Entre os intelectuais destacados estão João Sarmento Pimentel, Agostinho da Silva, Jaime Cortesão e Victor de Almeida Ramos.

Os intelectuais portugueses que vieram para o Brasil por motivos políticos entre 1940 e 1974 formam, na visão de Antonio Candido, uma “não planejada *missão portuguesa* que trouxe contribuições culturais positivas e renovadoras, devidas a homens de pensamento e sensibilidade que representavam as nossas raízes históricas” (CANDIDO, 2004, p. 84). É importante notar que esses intelectuais “se ajustaram ao meio brasileiro e o enriqueceram”, destacadamente nas universidades, mas também fora do âmbito universitário, como jornalistas, eruditos e artistas-escritores (CANDIDO, 2004, p. 84).

Antonio Candido utiliza a expressão *missão portuguesa* em analogia às missões francesa, italiana e alemã presentes na formação da Universidade de São Paulo em 1934 e que foram elementos essenciais na configuração do mundo acadêmico brasileiro no século 20 (CANDIDO, 2004, p. 84).

Intelectuais resistentes brasileiros comemoraram junto com portugueses exilados no Brasil a Revolução Portuguesa de Abril de 1974, evento político que reconfigurava o sentido da afirmação de que o Brasil poderia “se tornar um imenso Portugal”, e também mostrava que havia muita diferença, muita distância, “tanto mar”, entre os momentos políticos vividos

nos dois países. Na esteira do ânimo político e cultural da Revolução dos Cravos é que se vê um incremento da edição de esquerda em Portugal e se encontram os livros vetados no Brasil entre 1974 e 1977.

Referências

- ALVIM, Maria Luísa. *Livros portugueses proibidos no regime fascista: bibliografia*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto: Braga, 1992.
- BRASIL. Decreto-lei nº 898, de 29 de setembro de 1969. Brasília, DF, 1969. Disponível em: < <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1960-1969/decreto-lei-898-29-setembro-1969-377568-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 4 jun. 2018.
- BUARQUE, Chico e GUERRA, Ruy. *Calabar O elogio da traição*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1974.
- CABRAL, Alexandre. *Um português em Cuba*. 3ª ed. Lisboa: Prelo, 1975.
- CANDIDO, Antonio. *O albatroz e o chinês*. Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2004.
- CARDOSO, Irene R. *A Universidade da Comunhão Paulista*. São Paulo: Autores Associados / Cortez, 1982.
- COMISSÃO DO LIVRO NEGRO SOBRE O REGIME FASCISTA. *Livros proibidos no regime fascista*. Mira-Sintra-Mem Martins: Gráfica Europam, 1981.
- CUNHAL, Álvaro. *Rumo à vitória*. Porto: Edições A Opinião, 1974.
- MEDEIROS, Nuno. *Edição e editores: o mundo do livro em Portugal 1940-1970*. Lisboa: ICS, 2010.
- MEDEIROS, Nuno. From Seashore to Seashore: The cross-Atlantic agenda of the publisher António de Sousa Pinto. *Portuguese Studies*, v. 31 n.1, p. 84-93, 2015.
- MADEIRA, João. Os escritores comunistas e a Revolução do 25 de Abril. *Miscelânea*, Assis, v. 15, p. 25-43, jan.-jun, 2014.
- NERUDA, Pablo. Oda al mar. *Neruda - Universidad de Chile*, 2018. <<https://www.neruda.uchile.cl/obra/obraodaselementales5.html>>. Acesso em: 13 jul. 2018.
- PESSOA, Fernando. *Obra Poética*. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1987.

REIMÃO, Sandra. *Repressão e resistência: censura a livros na ditadura militar brasileira*. São Paulo: EDUSP / FAPESP, 2011.

SILVA, Deonísio da. *Nos bastidores da censura*. São Paulo: Liberdade, 1989.

SILVA, Flamarion Maués P. *Livros que tomam partido: a edição política em Portugal, 1968-80*. Tese. 617f. 2 volumes (Doutorado). Faculdade de Filosofia, Letras e ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2011.

SOUZA-PINTO, António. As relações culturais entre Portugal e o Brasil. Livros de Portugal. *Boletim Bibliográfico*, n.3, jan., p. 9-10, 1982.

CAPÍTULO 16

Livros de costume: entre a prensa, a geografia e a moda

MÁRLON ULIANA CALZA

Ponto de partida: origem e definição dos livros de costume

O texto propõe o resgate e a problematização dos livros de costume, fontes iniciais para o registro e a difusão das roupas, dos acessórios e da moda, sobretudo entre os séculos XVI e XVII. Ao realizar um mapeamento de algumas obras publicadas no período, o artigo discute aspectos pertinentes às suas características materiais, gráfico-visuais e editoriais. Além disso, ao problematizar a sua relação com a moda, aborda questões que concernem à sua produção e circulação, através da realização de uma análise do contexto, vinculado à história do livro¹.

Assumindo um viés diacrônico e comunicacional, a discussão mobiliza e tensiona referenciais teóricos associados aos campos da Comunicação, do Design Gráfico e da Moda. Ademais, a partir do olhar e do interesse mediados pela História, a abordagem definida é também embasada pelas

1. O artigo resulta da tese de Doutorado intitulada “A identidade visual no projeto gráfico de revistas de moda”, defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul no ano de 2015.

pesquisas documental e exploratória, com a realização do levantamento, consulta, reprodução e/ou registro fotográfico de obras impressas que constituem diferentes acervos e bibliotecas estrangeiros².

Esclarece-se ainda que, conforme pesquisado e observado nas bases e referenciais mobilizados, os livros de costume podem ser identificados sob rótulos distintos. Nas obras de língua italiana e inglesa consultadas, por exemplo, nota-se o uso de termos como “*libri di costumi*” (PAULICELLI, 2006, p. 134) e “*costume books*” (MACKRELL, 1997, p. 14; NEVINSON, 2010), respectivamente, – que fazem clara referência às temáticas publicadas e à função dos livros. Por outro lado, na obra de Blackman editada em inglês e em espanhol, tais livros são identificados como “*coleciones de grabados*” (BLACKMAN, 2007a, p. 6) e “*collections of engravings*” (BLACKMAN, 2007b, p. 6) – expressões que fazem menção às características materiais destes e de outros meios em circulação no período, tendo em vista a diversidade de temáticas publicadas.

A expressão “*costume book*”, explica Mackrell (1997, p. 14) e reforça Duarte (2010), deriva da palavra alemã “*Trachtenbücher*”, sendo que “*tracht*” é traduzida por Mackrell como “*dress*” e “*fashion*”, – embora também possa ser definida como “traje” (TOCHTROP, 1987, p. 542)³. Diante disso e, partindo da premissa que o termo “costume”, na língua portuguesa, é definido como “moda, indumentária adotada em determinada época por um grupo relativamente representativo de pessoas” (HOUAISS; VILLAR; FRANCO, 2009, p. 562), “vestuário habitual”, ou “vestes, vestuário, roupa, fato” (FERREIRA, 2004, p. 1973), será utilizada aqui a expressão “livro de costume”, em uma tradução livre.

2. A pesquisa *in loco* foi desenvolvida no período de julho de 2013 a janeiro de 2014, durante a realização de meu Estágio de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE/CAPES) no Politécnico di Milano (Milão/Itália). O levantamento, a consulta, os registros e as reproduções das obras foram realizados nos acervos das seguintes instituições: *Biblioteca di Archeologia e Storia dell'Arte* (Roma); *British Library, National Art Library* e *RIBA: British Architectural Library Drawings and Archives Collections, Victoria & Albert Museum* (Londres); *Biblioteca Nacional de España* (Madri); e *Biblioteca Nacional Francesa François Mitterand* (Paris).

3. Segundo Aflalo (2013, p. 24), o termo inglês *costume* pode ser traduzido como “figurinos de cinema, teatro”. Felipe (2011, p. 109), de forma complementar, sugere que o termo “costume também pode designar a vestimenta própria para uso em espetáculos e produções cinematográficas ou teatrais”.

Adota-se o termo “costume” por entender-se que este se refere à indumentária, à vestimenta ou, ainda, “a um traje, terno ou *tailleur*”, sobretudo na França, como sugere Sabino (2007, p. 198)⁴, mas também por constituir-se como “modo de pensar e agir característico de pessoa ou grupo social” (HOUAISS; VILLAR; FRANCO, 2009, p. 562): propriedade inerente aos livros de costume, em sua definição e/ou função, conforme será discutido ao longo deste texto.

Por conseguinte, verifica-se ainda que a produção e a difusão dos livros de costume (e, indiretamente, da moda) são atravessadas e/ou condicionadas por dois aspectos principais, conforme ressaltam Mackrell (1997), Nevinson (2010), Paulicelli (2006), Muzzarelli (2006), Calza (2015), Calza e Gruszynski (2012) e Duarte (2010): (i) o crescente interesse dos sujeitos por diferentes contextos geográficos, no período – o que resultou na realização de expedições etnográficas⁵ e antropológicas; e, (ii) o desenvolvimento e o estabelecimento da prensa tipográfica, cujo uso era frequentemente associado a outros processos e técnicas de impressão, como a xilogravura e as gravuras em metal, por exemplo, que permitiam o registro, através de textos e, sobretudo de imagens, das novas descobertas.

Estabelecendo uma relação com os guias de viagem, Koning e Verhaak (2015, p. 7) afirmam que os livros de costume ganharam destaque, sobretudo no século XVI, em função do fascínio e do interesse dos europeus por outras culturas, hábitos e comportamentos associados ao vestir, conforme, aliás, também ressalta Paulicelli (2006). Poli (2003, p. 537), de forma complementar, sugere que a produção destas obras era orientada pelo desejo latente de se descobrir ou conhecer outras realidades, embora

4. Sabino (2007, p. 198) explica que o termo costume já foi utilizado no Brasil com este sentido “em décadas passadas”. Felipe (2011, p. 109), por outro lado, afirma que “os termos *tailleur* e *terrinho* vêm sendo utilizados em substituição ao termo *costume*”. Ainda na concepção da autora em questão, o termo costume, “[...] originado do inglês *costume*”, faz referência ao “traje especial”, ou seja, ao “traje adequado para ocasiões sociais formais, produzido no sistema ‘*tailor-made costume*’: ‘*tailor* (sob medida) + *made* (feita) + *costume* (traje, roupa)’, ou seja, ‘roupa feita sob medida’ e, na maioria das vezes, esses trajes especiais são produzidos por alfaiates” (FELIPE, 2011, p. 109).

5. De acordo com Leach (2012) e, como evidenciado por Calza (2015), a pesquisa de cunho etnográfico é hoje utilizada como ferramenta para a identificação de tendências nos processos de criação de produtos de moda e de outros segmentos.

também tenha sido fomentada pelo interesse por costumes, hábitos e estilos relacionados à aparência, à beleza e à estética – aspectos que, a seu modo, manifestavam e/ou traduziam as transformações ou os anseios dos sujeitos⁶. Além disso, a produção dos livros de costume era resultante da necessidade de criação de um repertório de bases ou referências pelos alfaiates e artesãos, conforme afirma a autora (POLI, 2003), e é evidenciado por Calza (2015) e também Boucher (2010, p. 213), no trecho que segue:

[As imagens ilustravam] preocupações da época, de um lado oferecendo modelos de rendados e bordados para uso de pintores e artesãos, e, de outro, pranchas com trajes de diversos países desenhados para a curiosidade e o conhecimento dos alfabetizados. (BOUCHER, 2010, p. 213).

Produzidos a partir de experiências e relatos referentes às expedições de cunho etnográfico, os livros de costume documentavam, explicavam e davam visibilidade aos trajes usados nas principais cidades da Europa e em regiões mais distantes, como explicam Mackrell (1997) e Duarte (2010). Seu escopo abarcava “modos de vestir das diferentes populações da Europa e do mundo”⁷ (POLI, 2003, p. 537, tradução nossa), já que registravam e descreviam não somente a aparência, mas também as características de povos da Ásia, África e América, por exemplo (KONING, VERHAAK, 2015, p. 7). Conforme afirma Boucher (2010, p. 197), “nesse período de descobertas marítimas e terrestres, a curiosidade humana transfere-se para os trajes exóticos ou simplesmente estranhos”.

Além de reportar e dar visibilidade para as vestimentas que estavam em uso no período, nestes diferentes contextos geográficos, os livros de costume documentavam trajes antigos, contribuindo para o registro da moda. Retratavam, assim, vestimentas dos gêneros masculino e feminino, utilizadas por sujeitos da corte ou da nobreza (reis, rainhas etc.), dignitários, militares e autoridades eclesiásticas, ou, ainda, camponeses e sujeitos

6. O estabelecimento da prensa possibilitou a publicação de livros de costume, mas também a ampla publicação de livros relacionados à “literatura de conduta e ao comportamento”, como afirma Muzzarelli (2006, p. 135, tradução nossa). Trecho original: “[...] letteratura di condotta e del comportamento [...]”.

7. “[...] modi di vestire delle varie popolazioni dell’Europa e del mondo” (POLI, 2003, p. 537).

ordinários, como se observa nas imagens veiculadas pelas referências mobilizadas, assim como foi possível verificar nas obras consultadas nos acervos e bibliotecas visitados.

Ao tornar visíveis hábitos, comportamentos e objetos representativos da cultura material associados à aparência e ao interesse dos sujeitos, a produção e a circulação dos livros de costume também evidencia outro aspecto importante à época: a função desempenhada pelos impressos tanto no registro da memória, bem como na difusão das novas descobertas, em diferentes áreas do conhecimento. Segundo Paulicelli (2006),

[...] a indústria editorial e as explorações geográficas estão muito conectadas, sobretudo porque os novos territórios e costumes dos outros [sujeitos e sociedades] tornavam-se conhecidos através de mapas, publicações de diários e reportagem de viagens, cosmografias que tinham como objetivo a representação, através da palavra e de imagens, das novas descobertas. Dentre estas publicações havia, de fato, os livros de costume. (PAULICELLI, 2006, p. 134, tradução nossa)⁸.

Conforme destaca Muzzarelli (2006, p. 20, tradução nossa), “no final do século XV, [...] diante das formidáveis descobertas geográficas ou das estrepitosas invenções, como a prensa, para nos limitarmos somente a esses dois fenômenos, o novo surge e irrompe”⁹. Desta forma, a prensa poderia ser considerada “a grande novidade da Idade Moderna, que já na sua definição denuncia o distanciamento em relação ao passado”¹⁰ (MUZZARELLI, 2006, p. 37, tradução nossa).

Para Mackrell (1997, p. 14), o desenvolvimento da prensa com tipos

8. “[...] l’industria editoriale e le esplorazioni geografiche sono in verità molto connesse, proprio perché i nuovi territori e i costumi degli altri venivano conosciuti attraverso mappe, pubblicazione di diari e reportage di viaggi, cosmografie che miravano a rappresentare in parola e immagine le nuove scoperte. Tra queste pubblicazioni c’erano appunto i libri di costumi” (PAULICELLI, 2006, p. 134).

9. “Sul finire del XV secolo, di fronte alle formidabili scoperte geografiche o a strepitose invenzioni, come la stampa, per limitarci a questi due soli fenomeni, il nuovo irrompe [...]” (MUZZARELLI, 2006, p. 20).

10. “[...] la grande novità della prima Età Moderna che già nella sua definizione denuncia la presa di distanza dal passato” (MUZZARELLI, 2006, p. 37).

móveis a partir dos feitos de Gutenberg fomentou a produção, a circulação e o consumo dos livros de costume (e de outras obras, obviamente). “A impressão tipográfica”, afirmam Meggs e Purvis (2009, p. 106), “reduziu o preço do livro a uma fração de seu custo anterior, transformando a grave escassez de livros (e o conhecimento que continham) em abundância”¹¹.

Resultantes do trabalho colaborativo de diferentes profissionais – leia-se tipógrafos e impressores, editores, ilustradores e encadernadores – e do uso conjugado da tipografia, da xilogravura e das gravuras em metal, os livros de costume foram publicados em diversas edições e idiomas (MACKRELL, 1997). Além disso, explica Mackrell (1997) e reitera Duarte (2010), o número de livros foi ampliado à medida que “a prensa se propagou pelos principais centros de publicação de livros [ou editoriais] de Paris, Veneza, Antuérpia e Frankfurt” (MACKRELL, 1997, p. 14, tradução nossa)¹².

Levantamento de livros de costume impressos entre 1556 e 1649

O levantamento dos livros de costume aqui apresentado foi realizado a partir do desenvolvimento das pesquisas teórica, documental e exploratória, conforme delineado no início do texto, com a consulta de obras *in loco* e *on-line*, em acervos e bibliotecas internacionais. Quatro obras teóricas foram tomadas como referência para a construção da relação apresentada, sendo que seus respectivos autores foram indicados ao final dos Quadros 1 a 6 (KONING, VERHAAK, 2015; MACKRELL, 1997; NEVINSON, 2010; POLI, 2003).

Convém ressaltar ainda que, durante a realização das pesquisas documental e exploratória e das revisões bibliográficas, foram identificadas divergências ou variações relativas ao título das obras, ao ano de publi-

11. Conforme explicam Meggs e Purvis (2009, p. 105), “em 1500, a impressão era praticada em mais de 140 cidades. Calcula-se que mais de 35 mil edições para um total de 9 milhões de exemplares foram produzidas. Além disso, vasta quantidade de materiais de interesse passageiro, como tratados religiosos, folhetos e prospectos, era produzida para distribuição gratuita ou venda”.

12. “Their numbers grew as printing spread to the great book publishing centres of Paris, Venice, Antwerp and Frankfurt” (MACKRELL, 1997, p. 14).

cação, e ao nome e à função atribuídos aos profissionais envolvidos na sua produção. Assim, quando identificadas divergências em relação ao ano das edições, optou-se pela inclusão de mais de uma data. Já no que concerne aos demais dados, tomou-se a redundância e/ou a repetição da informação (nas bases consultadas) como critério balizador. Pelo fato de muitos títulos estarem disponíveis na internet, nos repositórios e bancos de dados digitais, foi possível realizar também a verificação dos dados *on-line*, conforme as Notas e referências inclusas no texto.

A organização e a apresentação das obras nos Quadros apresentados abaixo é efetuada de forma (i) cronológica, sendo que se inicia pelo primeiro livro de costume impresso ao qual se tem conhecimento, conforme as bases consultadas; em seguida, apresenta-se (ii) o título das obras; (iii) o nome do impressor, ilustrador e/ou editor responsável; além (iv) do local de impressão, e de (v) outras informações relevantes. Esclarece-se, ainda, que foram omitidos dados quando estes não estavam disponíveis ou suficientemente claros. Os Quadros foram divididos e dispostos abaixo de acordo com determinados períodos e/ou décadas (1556 e 1560; 1561 e 1579; 1580 e 1589; 1590 e 1599; 1600 e 1620; 1621 e 1650), considerando-se a produção da primeira edição das obras como critério de enquadramento em cada grupo.

O recorte temporal definido prioriza impressos publicados ao longo dos séculos XVI e XVII, pelas razões anteriormente mencionadas, embora deva-se observar a continuidade na produção dos livros do gênero nos séculos seguintes. Considera-se, ainda, a circulação concomitante e/ou posterior de outros meios para a difusão das roupas e da moda, tais como pandoras ou bonecas de moda, *fashion plates*¹³ e as revistas, por exemplo (CALZA, 2015; KONING, VERHAAK, 2015; CALZA; GRUSZYNSKI, 2012; MENDONÇA, 2010).

Ademais, dá-se ênfase, aqui, para alguns livros de costume publicados no período, não havendo qualquer pretensão quanto ao esgotamento de tais informações, – mesmo porque, conforme sugerem os autores consul-

13. Os “*fashion plates*” podem ser compreendidos como “imagens de moda” que registravam as vestes ‘atuais’ ou em uso, além de antecipar possíveis referências e “tendências”, a serem incorporadas ou imitadas pelos sujeitos (LAVER, 1989; MENDONÇA, 2010; CALZA, 2015; CALZA, GRUSZYNSKI, 2012).

tados e, como observado durante as pesquisas *in loco*, inúmeras obras foram publicadas durante o contexto analisado, e muitas delas não apresentam dados consistentes.

Ano de Publicação	Título	Ilustrador / Impressor / Editor	Local	Outras informações relevantes
1556 (**)	<i>Habitus Nostrae Aetatis</i>	Enea Vico	Veneza	Compilação de uma série de gravuras de trajes nacionais italianos (impressas em 1558, sob o título <i>Diversarum Gentium Aetatis Habitus</i>) (MACKRELL, 1997, p. 14)
1556 (****) 1558 (*) 1558 (**)	<i>Diversarum Gentium [Nostrae] Aetatis Habitus</i> (a)	Enea Vico	Veneza	98 pranchas ou gravuras (POLI, 2003)
1556 (***)	<i>Rerum Moscoviticarum Commentarii</i>	Sigmund von Herberstein (Autor da obra, inclusive)	Basileia	–
1560 (***)	<i>Gratae Posteritati [...]</i>	Sigmund von Herberstein (Autor da obra, inclusive)	Viena	–
1560 (****) 1562 (*) 1562 (***)	<i>Recueil de la diversité des habits, qui sont de présent en usage, tant es pays d'Europe, Asie, Affrique & isles sauvages, le tout fait après le naturel</i>	Richard Breton (Editor) François Desprez (Autor)	Paris	121 gravuras (MACKRELL, 1997)
1564 (**) 1564 (***)	2ª edição de <i>Recueil de la diversité des habits [...]</i>		–	–
1567 (**) 1567 (***)	3ª edição de <i>Recueil de la diversité des habits [...]</i>		–	Aprox. 166 gravuras (b)

* Koning, Verhaak (2015) | ** Mackrell (1997) | *** Nevinson (2010) | **** Poli (2003)

(a) DIVERSARUM GENTIUM NOSTRAE AETATIS HABITUS, ENEA VICO. Rijksmuseum. Disponível em: <<https://www.rijksmuseum.nl/nl/collectie/BI-1933-996>>. Acesso em: 26 fev. 2017.

(b) RECUEIL DE LA DIVERSITÉ DES HABITS, QUI SONT DE PRÉSENT EN USAGE, TANT ES PAYS [...]. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k102756wz>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

Quadro 1 – Levantamento de dados sobre os livros de costume impressos entre 1556 e 1560

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das pesquisas bibliográfica, documental e exploratória

Ano de Publicação	Título	Ilustrador / Impressor / Editor	Local	Outras informações relevantes
1563 (****) 1563 (**) 1563 (***)	<i>Omnium fere Gentium nostrae aetatis habitus, nunquam ante hoc aediti</i>	Ferdinando Bertelli	Veneza	Aprox. 63 gravuras (c)
1569 (**)	2ª edição de <i>Omnium fere Gentium [...]</i>		Veneza	Aprox. 63 gravuras (com diferenças em relação à ed. de 1563) Frontispício de Virgil Solis (d) Produções inspiradas em Vico (POLI, 2003; MACKRELL, 1997; NEVINSON, 2010)
1567 (**) 1568 (e)	<i>Les Quatres premiers livres des navigations et pérégrinations Orientales [...]</i>	Nicholas de Nicolay	Lion	Aprox. 60 gravuras (e)
1569 (**)	<i>Le Vere Imagini et Descritions delle più nobili città del mondo</i>	Donato Bertelli	-	-
1570 (****)	<i>Varie acconciature di teste</i>	Bartolomeo Grassi Giovanni Guerra (Autor)	Veneza	-
1577 (**)	<i>Habitus Praecipuorum Populorum [...]</i> <i>Trachtenbüch</i>	Jost Amman	Nuremberg	-
1577 (**)	<i>Diversarum Gentium Armatura Equestris</i>	Abraham de Bruyn	Colônia	52 gravuras (MACKRELL, 1997)

* Koning, Verhaak (2015) | ** Mackrell (1997) | *** Nevinson (2010) | **** Poli (2003)

(c) OMNIUM FERRE GENTIUM NOSTRAE AETATIS HABITUS [TEXTO IMPRESO]: NUNQUAM ANTE HAC AEDITI. Biblioteca Digital Hispánica. Disponível em: <<http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000011776&page=1>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

(d) OMNIUM FERRE GENTIUM NOSTRAE AETATIS HABITUS [TEXTO IMPRESO] : NUNQUAM ANTE HAC AEDITI. Biblioteca Digital Hispánica. Disponível em: <<http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=000005155&page=1>>. Acesso em: 15 jul. 2018. Reprodução parcial da obra obtida pelo autor na *Biblioteca Nacional de España* em outubro de 2013.

Quadro 2 – Levantamento de dados sobre os livros de costume impressos entre 1561 e 1579

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das pesquisas bibliográfica, documental e exploratória

Ano de Publicação	Título	Ilustrador / Impressor / Editor	Local	Outras informações relevantes
1581 (**)	<i>Habitus Variarum Orbis Gentium</i>	Jean Jacques Boissard Abraham de Bruyn (f)	Mechelen	65 gravuras (REYNOLDS, 2013) 67 “ <i>costume designs</i> ” (MACKRELL, 1997, p. 17)
1581 (**)	<i>Omnium Poene Europae, Asiae, Aphricae Atque Americae [...]</i>	Abraham de Bruyn	Antuérpia	Aprox. 112 gravuras (g)
1585 (****) 1585 (*)	<i>Dei veri ritratti degl'habiti di tutte le parti del mondo [...]</i> (h)	Bartolomeo Grassi	Roma	–
1586 (**)	<i>Gynaeceum, sive Theatrum mulierum, in quo praecipuarum omnium per Europam in primis nationum... foemineos habitus videre est [...]</i>	Franciscus Modius (Autor) Jost Amman	Frankfurt	Considerada a primeira revista de moda (i) (TAVARES, 2011; CALZA, 2015) Aprox. 121 gravuras (j)
1587 (*)	<i>Standard Bearer with Breastplate</i>	Hendrick Goltzius	–	–
1589-1596 (****)	<i>Diversarum Nationum Ornatus</i> (k)	Pietro Bertelli Alessandro Fabri	Pádua	–
1589 (*)	<i>Standard Bearer with Breastplate</i>	Jacques de Gheyn	–	–
1589 (**) 1594-1596 (l)	<i>Diversarum Nationum Habitus</i> (ou <i>Diversarum Habitus Nationum</i>)	Pietro Bertelli	–	–

* Koning, Verhaak (2015) | ** Mackrell (1997) | *** Nevinson (2010) | **** Poli (2003)

(f) HABITUS VARIARUM ORBIS GENTIUM. HABITZ DE NATIONS ESTRANGES. Gallica. Informações e obra disponíveis em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b8447128r/f12.item>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

(g) OMNIUM PENE EUROPAE, ASIAE, APHRICAE ATQUE AMERICAЕ GENTIUM HABITUS. [...]. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b55001874r/f1.planchecontact>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

(h) DEI VERI RITRATTI DEGL'HABITI DI TUTTE LE PARTI DEL MONDO INTAGLIATI IN RAME PER OPRA DI BARTOLOMEO GRASSI. Rijksmuseum. Frontispício da obra disponível em: <<https://www.rijksmuseum.nl/en/collection/BI-1946-264-1A>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

(i) Informação disponível em: <<http://www.magforum.com/time.htm>>. Acesso em: 13 fev. 2017. Ver, ainda, Tavares (2011), Calza (2015) e Calza Gruszyński (2012).

(j) GYNAECIUM, SIVE THEATRUM MULIERUM, IN QUO PRAECIPUARUM OMNIUM PER EUROPAМ [...]. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b7100001j/f1.planchecontact>>. Acesso em: 15 jul. 2018. Observação realizada *in loco* na *British Library* (out 2013) e na *Biblioteca Nacional Francesa François-Mitterrand* (jan. 2014).

Quadro 3 – Levantamento de dados sobre os livros de costume impressos entre 1580 e 1589

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das pesquisas bibliográfica, documental e exploratória

Ano de Publicação	Título	Ilustrador / Impressor / Editor	Local	Outras informações relevantes
1590-1598 (****) 1590 (**)	<i>De Gli Habiti Antichi et Moderni di Diuerse Parti del Mondo</i> (m)	Cesare Vecellio (Autor, inclusive dos desenhos) Christoph Krieger ou 'Cristoforo Guerra' (Impressor / entalhador)	Veneza	420 gravuras, publi em 2 volumes: Volume 1: 361 grav Volume 2: 59 gravu (MACKRELL, 1997; p. 17)
1598 (**)	2ª edição de <i>Habiti Antichi et Moderni di tuto il Mondo</i> [...]		Veneza	507 gravuras (MACKRELL, 1997; p. 17)
Aprox.1591-1610 (n) (****)	<i>Habiti delle donne venetiane</i>	Giacomo Franco	Veneza	-

* Koning, Verhaak (2015) | ** Mackrell (1997) | *** Nevinson (2010) | **** Poli (2003)

(m) DE GLI HABITI ANTICHI, E MODERNI DI DIVERSE PARTI DEL MONDO [...]. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b8446755d>>. Acesso em: 15 jul. 2017. Consulta e registros fotográficos da obra realizados pelo autor

Quadro 4 – Levantamento de dados sobre os livros de costume impressos entre 1590 e 1599

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das pesquisas bibliográfica, documental e exploratória

Ano de Publicação	Título	Ilustrador / Impressor / Editor	Local	Outras informações relevantes
1605-10 (*)	<i>Variarum Gentium Ornatus</i>	Pieter de Jode after Sebastiaan Vrancx	-	-
1614 (****) (o)	<i>Habiti d'huomini et Donne venetiane</i> [...]	Giacomo Franco	Veneza	Aprox. 30 gravuras de sujeitos e paisagens de Veneza
Aprox.1620 (*)	<i>Habitus et cultus Matronarum Nobilu et Rusticarum apud Batauos</i> (p)	Adriaen Matham after Dirck Hals	-	-
Aprox.1620 (*)	<i>Habitus et cultus Matronarum Nobilu et Rusticarum apud Batauos</i>	Adriaen Matham after Willem Pieterszoons Buytewech	-	-

* Koning, Verhaak (2015) | ** Mackrell (1997) | *** Nevinson (2010) | **** Poli (2003)

(o) HABITI D'HUOMENI ET DONNE VENETIANE, CON LA PROCESSIONE DELLA SERMA SIGNORIA ET [...]. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b8447141m>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

(p) HABITUS ET CULTUS MATRONARUM NOBILU ET RUSTICARUM. Rijksmuseum. Disponível em:

Quadro 5 – Levantamento de dados sobre os livros de costume impressos entre 1600 e 1620

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das pesquisas bibliográfica, documental e exploratória

Ano de Publicação	Título	Ilustrador / Impressor / Editor	Local	Outras informações relevantes
Aprox. 1626 (q)	Conjunto de gravuras	Nicolaes Visscher	–	Trajes de sujeitos italianos e húngaros, também relativos a dignitários (italianos)
1643 (r)	<i>Theatru[m] mulierum sive Varietas atq[ue] differentia habituum foeminei sexus diuersorum Europae nationum [...]</i>	Wenceslaus Hollar	Londres	–
1644 (s) 1649 (t)	<i>Aula Veneris</i>	Wenceslaus Hollar	–	–

* Koning, Verhaak (2015) | ** Mackrell (1997) | *** Nevinson (2010) | **** Poli (2003)

(q) Informação disponibilizada pela RIBA: *British Architectural Library Drawings and Archives Collections, Victoria & Albert Museum* (Londres, out. 2013), no momento da consulta e da realização dos registos fotográficos da obra.

(r) Informações e reprodução parcial da obra obtidas pelo autor na *Biblioteca Nacional de España* (Madri, out. 2013).

(s) AULA VENERIS: TITLE 1644. Royal Collection. Informação disponível em: <<https://www.royalcollection.org.uk/collection/804107/aula-veneris-title>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

Quadro 6 – Levantamento de dados sobre os livros de costume impressos entre 1620 e 1650

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das pesquisas bibliográfica, documental e exploratória

Além dos dados sistematizados e supracitados, dá-se ênfase, para fins de registro, às informações apresentadas por Boucher (2010) a respeito do número de gravuras produzidas no mesmo período. Apropriando-se da obra de Tuffal¹⁴ (1995, *apud* BOUCHER, 2010, p. 213), o autor sustenta que as primeiras coleções de iconografias “datam de 1520”, sendo que “cerca de quarenta delas foram publicadas antes de 1540, multiplicando-se em seguida, em especial nos dois grandes centros de edição de Veneza e Paris e, em menor escala, em Antuérpia e Frankfurt”.

Sobre o projeto gráfico dos livros de costume

A partir do mapeamento de livros de costume publicados entre 1556 e 1649, realiza-se a análise do projeto gráfico de algumas obras representativas do gênero. São abordados, inicialmente, aspectos pertinentes às imagens veiculadas em suas páginas para, em seguida, discutir-se questões

14. TUFFAL, J. Les recueils de costumes gravés du XVI^e siècle. *Atas do I Congresso Internacional do Vestuário* (1952), Veneza: 1955.

relativas aos demais elementos gráficos e à materialidade. Tendo em vista a possibilidade de aproximação e de comparação de livros de costume em função de características comuns e distintas, efetua-se uma análise geral das obras, evitando-se discussões sobre os títulos individualmente ou em profundidade¹⁵. Para mais, a fim de ilustrar os argumentos e as observações realizadas, são reproduzidas gravuras e/ou páginas exemplares de livros de costume extraídas de fontes bibliográficas, registradas por meio da fotografia ou digitalizadas e reproduzidas nos acervos pesquisados.

Fruto de observações empreendidas durante as viagens e expedições, como afirma Duarte (2010), ou de relatos e impressões acerca de sujeitos, hábitos e contextos geográficos, as imagens veiculadas pelos livros de costume eram (re)produzidas, geralmente, através da xilogravura ou da gravura em metal: as primeiras, impressas por meio das matrizes em alto relevo, apresentam hachuras, linhas e contornos com diferentes espessuras (MEGGS; PURVIS, 2009); já as segundas (gravuras em metal) possuem maior grau de refinamento, através de texturas, gradações e variações de tonalidade possibilitadas pelas linhas finas e delicadas (MESTRES DA GRAVURA, 2014). Ambas procuravam simular ou emular detalhes dos sujeitos e de suas vestes, evidenciando volumes, caimentos, texturas e/ou padronagens, por exemplo.

Tomando como objeto de análise e referência a obra editada por R. Breton (1560), Koning e Verhaak (2015, p. 8) afirmam que as ilustrações veiculadas apresentam roupas de sujeitos da alta sociedade, vestes de trabalhadores rurais ou, ainda, trajes associados a certos ofícios (vide Figura 1, retratos de vestes espanholas, à esq.). Ademais, as ilustrações deste e de outros livros de costume também dão ênfase para as vestimentas de soldados e militares, além de autoridades eclesiásticas, freiras e outras figuras religiosas, como também pode-se observar na Figura 1, na obra de W. Hollar (1643, à dir.). Outras características comuns às gravuras do gênero dizem respeito à identificação dos países e/ou contextos aos quais a(s) vestimenta(s) fazia(m) referência, e à inclusão de informações sobre as roupas e os sujeitos retratados (vide imagens abaixo, também caracterizadas pela presença de legendas).

15. Do mesmo modo, não é realizada uma análise em profundidade das vestes retratadas pelas iconografias e obras. Dados relativos às vestimentas nos diferentes contextos europeus nos quais os livros de costume eram produzidos podem ser encontrados em Boucher (2010).



Figura 1 – *Recueil de la diversité* [...] (1560, esquerda), *Theatrum mulierum sive Varietas* [...] (1643, direita)

Fonte: Koning e Verhaak (2015, p. 14); imagens de W. Hollar obtidas pelo autor na *Biblioteca Nacional de España* (Madri, out. 2013)

Ainda no que concerne ao conteúdo das imagens publicadas, nota-se que estas também retratam trajes lúdicos e temáticos, que caracterizavam fantasias ou até mesmo figurinos – elementos, aliás, associados à própria definição de costume, como sugere Aflalo (2013) e Felipe (2011) (vide Nota de Rodapé 3). Nos recortes de gravuras atribuídas a P. Bertelli (1594-96) (Figura 2), máscaras, plumas, luvas e outros adereços somam-se às vestes tradicionais dos sujeitos, retratados em posições de saudação e cortejo.



Figura 2 – *Diversarum Nationum Habitus* [...] (1594-96)

Fonte: Registros fotográficos realizados pelo autor na *RIBA: British Architectural Library Drawings and Archives Collections, Victoria & Albert Museum* (Londres, out. 2013)

Ressalta-se ainda que, nas ilustrações, os indivíduos dividem a cena com outras personagens: alegorias ou figuras marcadas por um caráter exótico e imaginativo – o que colocaria em questão a própria veracidade de algumas iconografias produzidas (CALZA, 2015). Personagens com traços lúdicos ou excêntricos, mesmo que dispostos em segundo plano, também podem ser observados nas ilustrações de P. Bertelli (Figura 3, à esq.), que retratam as vestes de mulheres africanas. Além disso, nota-se que os sujeitos representados pelo ilustrador em questão (e por outros profissionais) dividiam espaço com animais – leia-se: cão, coelho ou macaco – como se observa na Figura 3 (à dir.), relativa ao retrato de uma mulher em Nuremberg.



Figura 3 – *Diversarum Nationum Habitus* [...], P. Bertelli (1594-96)

Fonte: Registros fotográficos realizados pelo autor na RIBA: *British Architectural Library Drawings and Archives Collections, Victoria & Albert Museum* (Londres, out. 2013)

Ao levar a cabo uma análise da obra de J. J. Boissard (1581), Reynolds evidencia outra característica própria aos livros de costume, associada à construção de estereótipos relativos às vestes e locais retratados: segundo a autora em questão, as imagens de Boissard “propagavam uma visão estereotipada (e nem sempre confiável) das vestimentas associadas a regiões específicas”¹⁶ (REYNOLDS, 2013, p. 190, tradução nossa), – embora também se constituíssem como uma fonte de inspiração ou referência

16. “[...] such images propagated stereotypical (and not always reliable) views of the dress associated with particular regions [...]” (REYNOLDS, 2013, p. 190).

para artesãos e alfaiates, como já apontado no texto. Eisenstein (1998), de forma complementar, sugere que os estereótipos de trajes regionais foram desenvolvidos à medida que tais obras foram duplicadas ou reproduzidas em uma grande quantidade de contextos, tornando-se objeto de estudo de artistas e gravadores.

Por outro lado, observa-se que as ilustrações, em sua maioria, valorizam e destacam os sujeitos e as vestimentas, dispostos em primeiro plano, de tal modo que os cenários, as paisagens ou os demais elementos da cena são simplificados. Entretanto, em algumas obras, as imagens dos indivíduos são destacadas e/ou confinadas por molduras – elemento representativo do design à época (MEGGS; PURVIS, 2009), cuja presença na página muitas vezes é significativa: nas obras de R. Breton (1560) e C. Vecellio (1590-98), por exemplo, verifica-se a utilização de molduras cujos grafismos e detalhes esculpidos competem com os trajes e adereços retratados. Em Vecellio, observa-se ainda que as molduras, espessas e modulares, têm seu uso recombinado, formando desenhos que apresentam diversas configurações página-a-página; suas formas assemelham-se, inclusive, ao preenchimento adotado nas letras capitulares, utilizadas na abertura dos capítulos (vide detalhes na Figura 4, ao centro).

Já nas gravuras de N. Visscher (1626) (Figura 4, à dir.), a presença de molduras diferencia-se daquelas anteriormente mencionadas, em função dos contornos arredondados e do uso de cantoneiras com preenchimentos simplificados, que enquadram as imagens; as legendas que identificam os sujeitos retratados, por sua vez, incorporam um contorno particular, dividindo a composição em unidades. Convém ressaltar, entretanto, que do mesmo modo que muitas iconografias fazem uso recorrente de molduras, outras imagens não apresentam quaisquer contornos, de tal forma que acabam sendo delimitadas ou enquadradas pelos limites físicos dos formatos de seus suportes.



Figura 4 – *Recueil de la diversité* [...] (1560), à esquerda, *De Gli Habiti Antichi* [...] (1590-98), ao centro, e gravura de N. Visscher (1626) à direita

Fonte: Koning e Verhaak (2015, p. 14); registro fotográfico da obra de C. Vecellio realizado pelo autor na *National Art Library*, e da obra de N. Visscher realizado na *RIBA: British Architectural Library Drawings and Archives Collections, Victoria & Albert Museum* (Londres, out. 2013)

A partir dos exemplos mobilizados, fica evidente que as imagens produzidas ao longo do período possuíam semelhanças visíveis – provavelmente em razão da circulação e do compartilhamento de matérias-primas e/ou matrizes entre aqueles envolvidos nos processos de impressão/edição: “Uma vez disponível”, explicam Meggs e Purvis (2009, p. 119), “uma xilogravura podia figurar em vários prospectos ou ser vendida ou emprestada para outro impressor”. Além disso, como sugere Eisenstein (1998, p. 78) ao analisar a *Crônica de Nuremberg* (1493), a reutilização de uma determinada xilogravura resultava muitas vezes da intenção de se chamar a atenção do leitor para um determinado “tópico (como uma cidade ou personagem), e não para representar um determinado perfil” (EISENSTEIN, 1998, p. 78)¹⁷.

17. De acordo com a autora, “os primeiros impressores frequentemente se mostravam muito frugais no uso de algumas poucas estampas para cobrir uma variedade de propósitos”, embora outras ilustrações de cidades produzidas à época “[...] mostraram o caminho no sentido de alcançar-se um registro cada vez mais preciso e detalhado de observações em forma visual”. Ademais, explica Eisenstein (1998, p. 75), “importa distinguir ainda entre a reutilização descuidada de alguns blocos para propósitos vários e o reemprego deliberado da representação de uma cidade ou efígie ‘típica’ para servir como indicadores ou pontos de referências nos guias, no intuito de auxiliar os leitores a orientar-se num texto” (EISENSTEIN, 1998, p. 75).

Ao fazer menção à F. Desprez, N. Nicolai d'Arfeuille, J. Amman, P. Bertelli, A. de Bruyn, J.-J. Boissard e C. Vecellio, Boucher (2010, p. 213) explica que as imagens produzidas durante o período derivavam “frequentemente umas das outras, com gravadores e editores copiando-se mutuamente”. Koning e Verhaak (2015, p. 8), por sua vez, reforçam tal ponto de vista ao afirmarem que

[...] quase todos os livros de costume publicados na Antuérpia, em Paris, Veneza e Roma na segunda metade do século dezesseis incluem impressões [ou gravuras] baseadas no trabalho de Breton, geralmente com pequenas modificações¹⁸. (KONING; VERHAAK, 2015, p. 8, tradução nossa).

Desta forma, similaridades podem ser identificadas na representação dos sujeitos e das vestimentas, não se restringindo à composição dos *layouts*. A observação atenta às gravuras de Ferdinando Bertelli (edições de 1563 e 1569)¹⁹ e de Pietro Bertelli (1594-96) (Figura 5) revela semelhanças impressionantes, relativas às características físicas dos dois sujeitos retratados (postura e posição, por exemplo), ou, ainda, ao tipo de vestimenta e de objetos portados. A similaridade entre as ilustrações pode reforçar os questionamentos quanto à veracidade das informações retratadas, ou, de outro modo, evidenciar o registro, no contexto geográfico e social observado, de um mesmo indivíduo, em uma dada posição social, traje ou ofício (embora as obras tenham sido publicadas em períodos distintos). Ressalta-se, entretanto, o refinamento presente na obra atribuída a F.

18. “Almost all the costume books published in Antwerp, Paris, Venice and Roma in the second half of sixteenth century included prints based on Breton’s work, occasionally with minor modifications” (KONING; VERHAAK, 2015, p. 8).

19. Imagem semelhante (senão idêntica) é atribuída a Enea Vico, conforme observa-se em <<https://www.rijksmuseum.nl/en/collection/BI-1933-996-19>>. Além disso, uma iconografia similar é veiculada na obra *Recueil de la diversité* [...] (1560), conforme o documento disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k102756w/f81.item>>. Acessos em: 17 jul. 2018. Ressalta-se ainda que, de acordo com Poli (2003) e Mackrell (1997, p. 14), a produção de Ferdinando Bertelli teve como base a obra de Enea Vico, sendo que sua única diferença estaria no sentido relativo à disposição das imagens na página: “Practically all the plates can be traced back to Vico, the only distinction being that Bertelli usually sets the engravings in reverse” (MACKRELL, 1997, p. 14).

Bertelli (Fig. à esq.), sobretudo no que diz respeito à presença delicada de hachuras e sombras, à valorização dos detalhes, além da inclusão da legenda de forma integrada ao cenário, aproximando texto e imagem.



Figura 5 – Semelhanças nas imagens de Ferdinando e Pietro Bertelli

Fonte: Imagem de F. Bertelli (1569) obtida pelo autor na *Biblioteca Nacional de España* (Madri, out. 2013); registo fotográfico da obra de P. Bertelli (1594-96) realizado pelo autor na *RIBA: British Architectural Library Drawings and Archives Collections, Victoria & Albert Museum* (Londres, out. 2013)

Por outro lado, no que diz respeito ao vínculo que as gravuras estabelecem com os elementos tipográficos no projeto gráfico, verifica-se que este se modifica de acordo com a quantidade de texto(s) presente(s) em cada obra: se, em alguns títulos do gênero, os textos limitam-se a legendas, em outros, assumem certo contraste em relação às imagens, pelo fato de integrarem composições em meia página ou em página inteira.

Desta forma, se observa e enfatiza, aqui, a importância da tipografia na constituição e reprodução dos livros de costume. Ademais, também se verifica o uso corrente da caligrafia associado à produção de iconografias por ilustradores que, em alguns casos, retratavam as vestes, além de discorrer a seu respeito, como afirma Duarte (2010, p. 53):

Coube ao artista da ilustração, além da gravação, a função de descrever os trajes, apresentar as diversas maneiras de uso e explicitar suas diferenças, assim como localizá-los geograficamente em um mundo que se expandia. Ao potencial informativo do desenho, agrega-se o discurso verbal e sua capacidade reflexiva. Diferenciavam-se os artistas em dois grupos: os que apenas desenhavam e os que desenhavam e escreviam sobre os trajes, inovando assim o tratamento dispensado à vestimenta que passa a ser objeto cognitivo, ou seja, passível de conhecimento. (DUARTE, 2010, p. 53).

A adoção da caligrafia pode ser observada com frequência na identificação dos sujeitos e/ou dos contextos retratados, caracterizando legendas que se integram às imagens de modos distintos. Na obra de F. Bertelli (1569), por exemplo, os textos caligráficos são incorporados às ilustrações através de elementos desenhados que conformam os cenários (pequenas placas), definindo suas zonas espaciais (Figura 6). Já nas ilustrações de J.-J. Boissard (1581), os textos ora invadem a área dedicada às imagens, ao topo (como, aliás, também se observa em Vecellio), ora estão dispostos nas zonas espaciais inferiores, também delimitadas pelo uso de discretas molduras, fios e contornos (vide Figura abaixo, à dir.).



Figura 6 – Ilustração de F. Bertelli (1569), *Habitus Variarum Orbis Gentium*, Boissard (1581)

Fonte: Imagem de F. Bertelli obtida pelo autor na *Biblioteca Nacional de España* (Madri, out. 2013); imagem de J.-J. Boissard extraída de Reynolds (2013, p. 191)

No que diz respeito à composição dos textos nas páginas de miolos, sobretudo a partir do uso da tipografia, constata-se a adoção de diferentes estilos tipográficos: caracteres em estilo gótico podem ser observados no livro de costume intitulado *Gynaeceum, sive Theatrum mulierum* (1586), por exemplo, que faz uso dos tipos em uma única coluna, simétrica, dividindo a composição com as imagens (CALZA, 2015); já os tipos serifados renascentistas foram observados em diversos títulos, incluindo a obra de C. Vecellio (1590-98): *De Gli Habiti Antichi* [...] faz uso dos tipos italianos serifados, apropriando-se de caracteres itálicos e regulares como um recurso de diferenciação dos idiomas nos quais o título, bilingue, foi publicado. As páginas do miolo do livro de C. Vecellio diferenciam-se, ainda, pela disposição dos textos em coluna, de modo justificado; pelo uso de letras capitulares e de itálicos no início dos capítulos; e também pela adoção de tipos em caixa-alta nos títulos centralizados, caracterizados pelo amplo espaçamento – seja em sua entrelinha ou entre os seus caracteres (vide Figura 7, abaixo).



Figura 7 – *De Gli Habiti Antichi* [...] (1590-98)

Fonte: Registos fotográficos realizados pelo autor na *National Art Library* (Londres, out. 2013)

Torna-se visível e marcante, portanto, a presença da tipografia na obra de C. Vecellio, considerando-se, ainda, o fato de o título incorporar outros

elementos editoriais, como índice e fólhos, além do uso de títulos correntes, em vista de seu extenso número de páginas e da sua publicação em dois tomos ou volumes (vide Figura acima). Outro traço singular em C. Vecellio que o distingue dos demais livros de costume, afirma Paulicelli (2006, p. 140), e é destacado por Calza (2015), se vincula à função das imagens, além do seu modo de articulação com os textos: as imagens não necessariamente ancoram os textos, antes fornecem “uma compreensão mais articulada da cultura que as produz”²⁰ (PAULICELLI, 2006, p. 140, tradução nossa).

Para mais, verifica-se que elementos verbais, tipográficos ou caligráficos, também constituem e integram frontispícios, elementos comuns à grande parte dos livros de costume pesquisados. Molduras vigorosas podem ser observadas nas páginas de rosto das obras de C. Vecellio e de F. Bertelli (vide Figura 8), e de N. Nicolay (1567) e de B. Grassi (1585), por exemplo. Marcadas pela simetria e pelo caráter arquitetônico, as molduras desenhadas geralmente possuem zonas espaciais centrais dedicadas aos extensos títulos (próprios aos livros do gênero, vide Quadros 1 a 6), que alternam caracteres em caixa-alta e caixa-baixa, como pode ser visto na Figura abaixo.

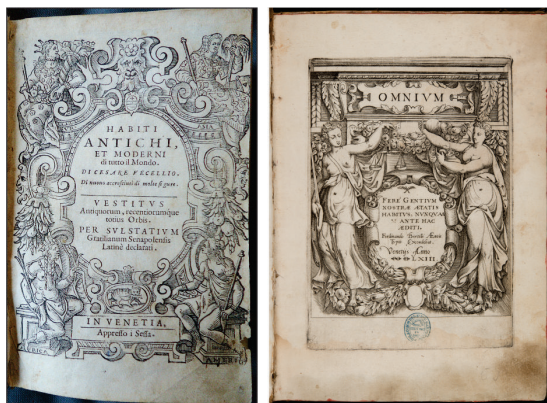


Figura 8 – Frontispícios de *De Gli Habiti [...]* (1590-98) e *Omnia ferè Gentium [...]* (1569)

Fonte: Registro fotográfico da obra de C. Vecellio realizado pelo autor na *National Art Library* (Londres, out. 2013); imagem de F. Bertelli obtida pelo autor na *Biblioteca Nacional de España* (Madri, out. 2013)

20. “[...] per una comprensione più articolata della cultura che le produce [...]” (PAULICELLI, 2006, p. 140).

Se os frontispícios dos livros de costume, em sua maioria, são também constituídos por outras informações de caráter editorial, tais como dados sobre autores e impressores ou, ainda, a data de publicação, por exemplo, suas capas incluem dados referentes às obras somente nas lombadas. Capas rígidas ou semirrígidas conformam os livros do gênero, como foi possível observar *in loco* – embora se deva considerar que muitas delas tenham sido reparadas, modificadas ou até mesmo substituídas, provavelmente devido ao desgaste natural dos suportes e às ações do tempo.

Assim, no que diz respeito aos processos de encadernação e à materialidade do projeto gráfico dos livros de costume consultados, nota-se que estes geralmente fazem uso da costura. As obras exibem, ainda, outras características próprias ao método tradicional de encadernação, como a presença de seixas e cabeceados, a projeção das capas em relação ao miolo, e lombadas arredondadas (ou quadradas), que recebem e divulgam títulos, em alguns casos.

Nas Figuras 9 e 10 são destacadas as obras *Habitus Variarum Orbis Gentium* (J.-J. Boissard, 1581) e *De Gli Habiti Antichi* [...] (C. Vecellio, 1590-98) que apresentam propriedades semelhantes, associadas ao uso da encadernação costurada e da capa dura. Cabe observar, contudo, que tais títulos, à sua maneira, incorporam outras características: na obra de J.-J. Boissard (1581), percebe-se que a impressão foi realizada em uma única face do suporte, tendo em vista sua transparência, além de notar-se o relevo nas áreas impressas; já nas páginas de C. Vecellio, observa-se a impressão frente e verso – o que reforça a constituição de uma narrativa densa, marcada por imagens e textos, intercalados.



Figura 9 – *Habitus Variarum Orbis Gentium* (1581)

Fonte: Registro fotográfico realizado pelo autor na Exposição *In fine style: The Art of Tudor and Stuart Fashion* (Londres, Royal Collection, out. 2013)



Figura 10 – *De Gli Habiti Antichi [...]* (1590-98)

Fonte: Registros fotográficos realizados pelo autor na *National Art Library* (Londres, out. 2013)

Além do acesso aos livros de costume compostos por imagens colecionadas e encadernadas, também foi possível examinar, durante a realização da pesquisa *in loco*, gravuras avulsas ou individuais. Em algumas

ocasiões, inclusive, foram encontrados recortes, detalhes ou fragmentos de iconografias, – o que, mais uma vez, revela a fragilidade dos suportes (geralmente o papel) ou, ainda, a possibilidade de alguns meios não se utilizarem de qualquer método de encadernação. As imagens de P. Bertelli e N. Visscher incluídas ao longo do artigo ilustram tal ocorrência, dificultando, de certo modo, a própria definição e apreensão do(s) objeto(s), sob o ponto de vista material e editorial.

Por conseguinte, embora faça-se referência frequente aqui ao objeto “livro” (dos pontos de vista conceitual, editorial e gráfico) para problematizar os livros de costume, deve-se considerar que, à época, era comum a produção de impressos a partir da utilização de folhas individuais, conforme sugerem Martins (2001), Tavares (2011), Calza e Gruszynski (2012), Calza (2015), Mendonça (2010) e Roche (2007). A produção de iconografias nos formatos *in plano*²¹ ou *in folio* resultou, inclusive, na configuração de outros produtos editoriais, tais como jornais e/ou revistas, como fica evidente na proposição de Meggs e Purvis (2009, p. 105): a partir do século XV, explicam os autores, os “prospectos – páginas de folha única impressas somente de um lado – terminaram por evoluir para cartazes, anúncios e jornais impressos”.

Durante a realização das consultas nos acervos, foi possível verificar, também, que as gravuras e os livros apresentam variações quanto aos seus formatos: geralmente, fazem uso do retrato quando enquadram sujeitos de modo individualizado na página, com vistas à valorização dos comprimentos, volumes, modelagens e dos caimentos das vestimentas em seus corpos, como verificado nas obras de F. Bertelli (1563/1569) ou R. Breton (1560), por exemplo. Por outro lado, as obras adotam o formato horizontal ou paisagem quando retratam um conjunto de sujeitos, que podem, aliás, guardar características semelhantes quanto às suas vestimentas, posição social ou ofício.

Assim, os indivíduos e suas vestes podem ser posicionados na página lado a lado, em fileiras, ou até mesmo em colunas – como, aliás, pode-se

21. Segundo Porta (1958, p. 163), “o formato dos livros era determinado antigamente pelo número de páginas que a folha comportava, e, logo, pelas dobras desta. A folha sem dobra se dizia IN-PLANO; dobrada ao meio, IN-FÓLIO; em quatro, IN-QUARTO; em oito, IN-OITAVO; e assim por diante”.

perceber nos impressos de A. de Bruyn (1581) e J.-J. Boissard (1581). Já no que concerne à dimensão dos suportes adotados, suas medidas também apresentam oscilações pelo fato de acompanharem os formatos recém mencionados: enquanto o frontispício publicado na obra de B. Grassi (1585) possui 27 cm de largura por 19 cm de altura²², a obra de C. Vecellio detém, aproximadamente, 12 cm de largura por 19 cm de altura, por exemplo.

Se os livros de costume se aproximam pelo conteúdo de suas iconografias, diferenciam-se pelas suas dimensões físicas ou formatos, tendo o seu projeto gráfico integrado por propriedades e elementos que possibilitam o estabelecimento de relações de identificação e/ou de diferenciação entre as obras. Além disso, ao atenderem à *padronização* própria à época – resultante dos efeitos provocados pelo desenvolvimento da prensa, como sugere Eisenstein (1998, p. 69; 73), tais livros também atendiam e/ou abarcavam a *diversidade*: seja pela multiplicidade de contextos e trajes retratados, o que fomentou a construção de estereótipos, como já ressaltado pela autora em questão, ou, ainda, pela disseminação de “modas idênticas” ou do “hábito de colecionar outras” (EISENSTEIN, 1998, p. 69) – aspecto que, por carecer de um olhar mais acurado, será discutido a seguir.

Considerações sobre os livros de costume, a moda e o levantamento de dados realizado

Em estudos anteriores (CALZA; GRUZYNSKI 2012; CALZA, 2015) considerou-se que os livros de costume se aproximavam das revistas de moda, em sua origem, pelo seu caráter normativo e pelo seu aspecto de segmentação, associado à existência de um foco temático. Entretanto, faz-se aqui um adendo, ao reconhecer-se a sua relevância no registro, mas também no estabelecimento da moda: ao descreverem e retratarem trajes de diversas nações, como afirma Wilson (2008, p. 33) e é reforçado por Duarte (2010), tais livros contribuíram para “a aceleração do processo de difusão da moda”²³

22. Frontispício da obra disponível em <<https://www.rijksmuseum.nl/en/collection/BI-1946-264-1A>>. Acesso em 26 fev. 2017.

23. “[...] contribuirono a rendere più rapido il processo di diffusione della moda” (WILSON, 2008, p. 33).

(WILSON, 2008, p. 33, tradução nossa). Muzzarelli (2006, p. 37, tradução nossa), de forma complementar, explica que o surgimento ou a determinação “de novas modas muitas vezes era efeito de mudanças políticas”²⁴, sendo resultante, ainda, do conhecimento de outros contextos geográficos, como o Oriente, por exemplo.

Por documentarem “a diversidade dos costumes antigos ou dos trajes nacionais” (ROCHE, 2007, p. 479), dedicando-se, ainda, ao registro da indumentária do passado ou “depois do acontecimento”, como sugere Laver (1989, p. 144), as iconografias veiculadas pelos livros de costume podem ser associadas aos *costume plates* (LAVER, 1989; CALZA, 2015; CALZA, GRUSZYNSKI, 2012). Porém, mesmo que seu objetivo primeiro não fosse a divulgação de tendências, como explicam Koning e Verhaak (2015, p. 8), as gravuras apresentavam “uma imagem clara das diferenças das vestes que estavam na moda em diferentes países, regiões, cidades [etc.]”²⁵ (KONING, VERHAAK, 2015, p. 8, tradução nossa).

Ademais, embora os conteúdos de algumas iconografias comportem similaridades, em virtude das referências ou dos insumos compartilhados pelos ilustradores, ou, ainda, não correspondam efetivamente à realidade, pelo seu caráter imaginativo ou alegórico, constituíam-se como fontes de inspiração para criadores (REYNOLDS, 2013). Do mesmo modo, ainda que algumas vestes tradicionais retratadas não fossem (e não sejam) suscetíveis à moda, isso não significa que estas não tenham servido (ou não possam servir) como referência para a sua criação e desenvolvimento.

Por outro lado, é válido considerar que os livros de costume e as iconografias também são caros à moda por traduzirem ou atenderem “a uma noção coletiva de individualidade”²⁶, como sustentam Koning e Verhaak (2015, p. 8, tradução nossa). Resultantes da colonização e do desenvolvimento do comércio, explica Mackrell (1997, p. 14), o enriquecimento

24. “L'imporsi di nuove mode spesso fu l'effetto di cambiamenti politici [...]” (MUZZARELLI, 2006, p. 37).

25. “[...] was to show realistic images of costumes, not to spread trends. The aim was to present a clear picture of the differences in dress that were fashionable in various countries, regions, cities and towns” (KONING, VERHAAK, 2015, p. 8).

26. “[...] the prints responded to a collective sense of individuality” (KONING, VERHAAK, 2015, p. 8).

e a aparência individual se tornaram, à época, valores socialmente relevantes, de tal forma que a posição e o *status* dos sujeitos eram associados ou traduzidos pela qualidade e pela riqueza de suas roupas e acessórios, então retratados pelas iconografias veiculadas.

Ademais, pondera Wilson (2008, p. 33), foi durante os séculos XV e XVI que o uso de roupas que não estavam na moda começou a ser rejeitado, ou melhor, tido como algo vergonhoso em tal intensidade que o seu descarte passou a ser praticado por aqueles em condições diferenciadas. Tais mudanças, explica a autora, fizeram com que as classes inferiores procurassem se vestir em conformidade à moda – embora estas mesmas classes frequentemente adotassem roupas que já não estavam na moda entre os abastados²⁷.

Outro aspecto que corrobora a valia e a importância das iconografias diz respeito ao interesse dos sujeitos pela moda e seus efeitos na sociedade. Considera-se, assim, a curiosidade (e o interesse) dos leitores pelo tema e fenômeno social, tendo em vista a ampla circulação e consumo das obras do gênero, bem como a inclinação (e o interesse) de autores, ilustradores, impressores e editores, que se dedicavam ao mapeamento, ao registro e à divulgação de informações acerca do assunto, como também evidenciam Duarte (2010) e Calza (2015). Paulicelli (2006) de certa forma ilustra o argumento aqui posto ao explicar que, nas páginas iniciais de C. Vecellio (1590-98), o autor chama a atenção para aquilo que define como “a coisa das vestimentas”, alertando seus leitores para o fato de sua seleção de roupas ser incompleta, em virtude da possibilidade de descoberta de novos territórios, do desejo pelo novo e pela modificação da aparência, além das mudanças inerentes à moda, que “não pode ser interrompida, tampouco controlada”²⁸ (PAULICELLI, 2006, p. 142, tradução nossa).

27. Entende-se a moda aqui enquanto um sistema cíclico e contínuo de mudanças, pautado pela inovação e pela efemeridade. Além disso, a moda é caracterizada por um processo paradoxal de diferenciação e de pertencimento, estabelecido entre indivíduos dentro de determinados grupos e posições sociais, que não se limitam às classes (sociais) – embora essas se constituam como uma esfera expressiva para o seu estabelecimento (da moda) (CALZA, 2015; VOLONTÉ, 2003; 2008; LIPOVETSKY, 2009; SIMMEL [1902] 2005; BRAGA, NUNES, 2006; DE CARLI, 2002).

28. [...] “La cosa degli abiti’ [...] non può né essere fermata né controllata” (PAULICELLI, 2006, p. 142).

Ademais, o livro de C. Vecellio, como afirma Paulicelli (2006, p. 132) e é ressaltado por Calza (2015), integra um número consistente de obras que, “especificamente no século XVI, graças ao impacto tecnológico da prensa”, faz com que “a moda ou ‘a coisa das roupas’, como a define Vecellio, se transforme em uma verdadeira e própria instituição, com normas [...] capazes de influenciar o comportamento público e o privado, estilos de vida, escolhas no consumo”²⁹ (PAULICELLI, 2006, p. 132, tradução nossa)³⁰.

Diante da afirmação de Paulicelli (2006), e das colocações de outros autores relativas à expressiva quantidade de obras e tratados publicados, como pôde ser observado nos Quadros 1 a 6, fica evidente o estreito vínculo estabelecido entre os livros de costume, as vestimentas e a moda. Mesmo que não haja um consenso entre os pesquisadores da área a respeito de sua contribuição para o estabelecimento e/ou para a difusão da moda, considera-se relevante e válida a discussão aqui retomada. Além disso, reconhece-se que os dados aqui levantados e sistematizados podem ser considerados representativos da produção editorial no período, uma vez que (também) permitiram a problematização de ideias e/ou características pertinentes aos livros de costume, materializadas e traduzidas pelo seu projeto gráfico.

Se, por um lado, os livros de costume retratam e manifestam características próprias à moda do período – constituindo-se, inclusive na atualidade, como uma fonte de documentação apropriada pela literatura vinculada à história da moda –, também traduzem e evidenciam características pertinentes ao design editorial e à história do livro, à época. São, portanto, sintomáticos e representativos de contextos aqui aproximados por um interesse particular, fomentado a partir das pesquisas documental e exploratória realizadas *in loco*, mas também por meio do diálogo teórico situado na interface entre os campos da Comunicação, do Design Gráfico e da Moda.

29. “[...] che proprio nel Cinquecento, grazie all’impatto tecnologico della stampa, fa sì che la moda o ‘la cosa de gli habiti’ come la chiama Vecellio, si trasformi in una vera e propria istituzione con le cui norme [...] è in grado di influenzare il comportamento pubblico e privato, stili di vita, scelte nei consumi” (PAULICELLI, 2006, p. 132).

30. Embora a moda manifeste-se desde a Idade Média, afirma Paulicelli (2006, p. 132, tradução nossa), “é no final do século XV e, sobretudo no século XVI, que se teoriza sobre a moda e sobre o corpo, e, portanto, se cria um discurso próprio [...]”. Texto original: “[...] è dalla fine del Quattrocento e soprattutto nel Cinquecento che sulla moda e sul corpo si teorizza e dunque si crea un vero e proprio discorso” (PAULICELLI, 2006, p. 132).

Referências

AFLALO, Diana. *Dicionário de termos de moda: mãos de 3.000 verbetes para entender o mundo fashion – (inglês-português/português-inglês)*. São Paulo: Publifolha, 2013.

AULA Veneris: Title 1644. Royal Collection. Disponível em: <<https://www.royalcollection.org.uk/collection/804107/aula-veneris-title>>. Acesso em: 15 jul. 2018

BLACKMAN, Cally. *100 años de ilustración de moda*. Barcelona: Blume, 2007a.

_____. *100 years of fashion illustration*. Londres: Laurence King Publishing, 2007b.

BOUCHER, François. *História do vestuário no ocidente*. São Paulo: CosacNaify, 2010.

BRAGA, João; NUNES, Mônica. *Reflexões sobre moda*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.

CALZA, Márlon Uliana. *A identidade visual no projeto gráfico de revistas de moda*. 2015. 355f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Porto Alegre, 2015.

CALZA, Márlon Uliana; GRUSZYNKI, Ana Cláudia. Moda e Comunicação: Das pandoras às revistas. In: PARAGUAI, Luisa; SILVA, Jofre (Org.). *DAMT 8: Design, Arte, Moda e Tecnologia*. 1 ed, v.1. São Paulo: Edições Rosari, 2012.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe. *O sensacional da moda*. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

DE Gli Habiti Antichi, e Moderni di Diverse Parti del Mondo [...]. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b8446755d>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

DEI Veri Ritratti Degl'habiti di Tutte le Parti del Mondo Intagliati in Rame per Opra di Bartolomeo Grassi. Rijksmuseum. Disponível em: <<https://www.rijksmuseum.nl/en/collection/BI-1946-264-1A>>. Acesso

em: 15 jul. 2018.

DIVERSARUM Gentium Nostrae Aetatis Habitus, Enea Vico. Rijksmuseum. Disponível em: <<https://www.rijksmuseum.nl/nl/collectie/BI-1933-996>>. Acesso em: 26 fev. 2017.

DIVERSARUM Nationum Ornatus [...]. National Trust Collections. Disponível em: <<http://www.nationaltrustcollections.org.uk/object/3196728>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

DUARTE, Carla. A Ilustração de moda e o desenho de moda. In: *Modapalavra E-periódico*. Ano 3, n.6, jul-dez 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7924/5469>>. Acesso em: 28 fev. 2017.

EISENSTEIN, Elizabeth L. *A Revolução da cultura impressa*. Os primórdios da Europa Moderna. São Paulo: Editora Ática, 1998.

FELIPE, Maria Gorete. *Dicionário de terminologia do vestuário*. EDUFRN; Campina Grande: EDUEPB, 2011.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*. 3 ed. Curitiba: Positivo, 2004.

GYNAECEUM, Sive Theatrum Mulierum, in quo Praecipuarum Omnium per Europam [...]. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b7100001j/f1.planchecontact>>. Acesso em: 15 jul. 2018

HABITI Delle Donne Venetiane. Met Museum. Disponível em: <<http://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/34.68/>>. Acesso em: 13 fev. 2017.

HABITI D'huomeni et Donne Venetiane, Con la Processione Della Serma Signoria et [...]. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b8447141m>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

HABITUS Et Cultus Matronarum Nobilu et Rusticarum. Rijksmuseum. Disponível em: <<https://www.rijksmuseum.nl/en/collection/RP-P-OB-9478>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

HABITUS Variarum Orbis Gentium. Habitz de Nations Estranges. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b8447128r/f12.item>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

- HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro; FRANCO, Francisco Manoel de Mello. *Dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.
- KONING, Georgette; VERHAAK, Els. *New for now*. The origin of fashion magazines. Amsterdam: Rijksmuseum, 2015.
- LAVIER, James. *A roupa e a moda: uma história concisa*. Companhia das Letras. 1989.
- LEACH, Robert. *The fashion resource book: research for design*. Londres: Thames & Hudson, 2012.
- LES Quatre Premiers Livres des Navigations et Pérégrinations Orientales, de [...]. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k79258f/f245.image>>. Acesso em: 15 jul. 2018.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.
- MACKRELL, Alice. *An illustrated history of fashion: 500 years of fashion illustration*. Batsford: London, 1997.
- MAGFORUM.COM. 2017. Disponível em: <<http://www.magforum.com/time.htm>>. Acesso em: 13 fev. 2017.
- MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em revista*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.
- MEGGS, Philip; PURVIS, Alston. *História do design gráfico*. São Paulo: CosacNaify, 2009.
- MENDONÇA, Carla Maria Camargos. *Um olhar sobre as mulheres de papel: tirania e prazer nas revistas Vogue*. 2010. 167f. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, Belo Horizonte, 2010.
- MESTRES DA GRAVURA: Coleção Fundação Biblioteca Nacional: catálogo da exposição / [Curadoria Fernanda Terra]. – Rio de Janeiro: Artepadilla, 2014.
- MILITIS Germani Uxor, Enea Vico, in or Before 1558. Rijksmuseum. Disponível em: <<https://www.rijksmuseum.nl/en/collection/BI-1933->

996-19>. Acesso em: 15 jul. 2018.

MUZZARELLI, Maria Giuseppina. Nuovo, moderno e moda tra Medioevo e Rinascimento. In: PAULICELLI, Eugenia (Org). *Moda e moderno*. Dal Medioevo al Rinascimento. Meltemi: Roma, 2006.

NEVINSON, John L. *Origin and Early History of the Fashion Plate*. Project Gutenberg EBook, 2010. Disponível em: <<http://www.gutenberg.org/catalog/world/file?file=files/34472/34472h/34472h.htm>>. Acesso em 13 fev. 2017.

OMNIUM Fere Gentium Nostrae Aetatis Habitus [texto impreso]: Nunquam Ante Hac Aediti. Biblioteca Digital Hispánica. Disponível em: <<http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000011776&page=1>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

OMNIUM Fere Gentium Nostrae Aetatis Habitus [texto impreso]: Nunquam Ante Hac Aediti. Biblioteca Digital Hispánica. Biblioteca Digital Hispánica. Disponível em: <<http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000055155&page=1>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

OMNIUM Pene Europae, Asiae, Aphricae Atque Americae Gentium Habitus. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b55001874r/f1.planchecontact>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

PAULICELLI, Eugenia. Geografia del vestire tra vecchio e nuovo mondo nel libro di costumi di Cesare Vecellio. In: PAULICELLI, Eugenia (Org). *Moda e moderno*. Dal Medioevo al Rinascimento. Meltemi: Roma, 2006.

_____. (Org). *Moda e moderno*. Dal Medioevo al Rinascimento. Meltemi: Roma, 2006.

POLI, Doretta Davanzo. Il sarto. In: BELFANTI, Carlo Marco; GIUSBERTI, Fabio. *Storia d'Italia*. Torino: Giulio Einaudi Editore, 2003.

PORTA, Frederico. *Dicionário de Artes Gráficas*. Rio de Janeiro: Editora Globo, 1958.

RECUEIL De La Diversité Des Habits, Qui Sont de Présent en Usage [...]. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k102756w/f81.item>>. Acesso em 15 jul. 2018.

RECUEIL de la Diversité des Habits, Qui Sont de Présent en Usage, Tant

es Pays [...]. Gallica. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k102756w>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

REYNOLDS, Anna. *In Fine Style. The Art of Tudor and Stuart Fashion*. Royal Collection Trust: HM Queen Elizabeth II, 2013.

ROCHE, Daniel. *A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2007.

SABINO, Marco. *Dicionário da Moda*. Rio de Janeiro: Campos, 2007.

SIMMEL, Georg. Psicologia da moda. In: SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold. *Simmel e a modernidade*. Brasília: UnB, [1902] 2005.

TAVARES, Frederico De Mello Brandão. *Ser revista e viver bem: um estudo de jornalismo a partir de Vida Simples*. 2011 468f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo, 2011.

TOCHTROP, Leonardo. *Dicionário alemão-português*. Rio de Janeiro: Globo, 1987.

TUFFAL, J. Les recueils de costumes gravés du XVI^e siècle. *Atas do I Congresso Internacional do Vestuário* (1952), Veneza: 1955.

VOLONTÉ, Paolo. Moda e stile: dall'egemonia del ciclo al cross dressing. In: VOLONTÉ, Paolo. (Org). *La creatività diffusa*. Culture e mestieri della moda oggi. Milano: Franco Angeli, 2003.

_____. *Vita da stilista*. Il ruolo sociale del Fashion Designer. Milano: Bruno Mondadori, 2008.

WILSON, Elizabeth. *Vestirsi di sogni*. Moda e modernità. Milano: Franco Angeli, 2008.

Agradecimento

Tece-se aqui um agradecimento especial às Bibliotecas e Instituições Internacionais que permitiram a consulta aos livros de costume citados no texto e, gentilmente, permitiram o registro fotográfico das obras ou o escaneamento e a digitalização de suas imagens.

CAPÍTULO 17

Modulações tipográficas: o oral e o manuscrito na *Gazeta dos Tribunais* (1843-1846)¹

BRUNO MARTINS

Introdução

Muitas das contradições do Brasil oitocentista foram contornadas com base em uma postura convenientemente romântica, cujo princípio evasivo era compartilhado pela comunidade letrada. Nesse sentido, diante do vigor das rebeliões provinciais, afirmava-se a unidade nacional; a ascendência da burguesia liberal não implicava em quaisquer movimentos transformadores mais árduos ao aproveitar de favores estatais; posições claramente antagônicas, como as livrescas ideias liberais e a realidade patriarcal escravocrata, conciliavam-se sem muito esforço; abriu-se um abismo entre a ordem impressa e a realidade cotidiana, abismo cujos vestígios se encontram presentes até os dias de hoje na distância entre o discurso jurídico e a realidade cotidiana.

Partimos do pressuposto de que o editor é uma figura central para se compreender os processos de mediação entre textos e leitores. Neste sentido, lembramos com Machado de Assis de uma personagem pioneira:

1. Este artigo foi desenvolvido com o apoio do CNPq.

“Paula Brito foi o primeiro editor digno desse nome que houve entre nós”². Foi justamente Francisco de Paula Brito (1809-1861) o editor responsável pela *Gazeta dos Tribunais*, primeiro periódico jurídico publicado no Rio de Janeiro de 1843 a 1846. Trata-se então de compreender como se articulava o discurso jurídico da época em relação à realidade dos leitores.

Nossa hipótese parte da sobreposição simultânea de três diferentes figurações do editor (o capitalista, o intelectual e o editor da voz) o que teria possibilitado a Paula Brito uma reflexão capaz de produzir um desvio crítico à pose do bacharel, muitas vezes completamente avessa à realidade e ancorada em sua retórica empolada.³ Dos muitos aspectos das multifacetadas atividades de Paula Brito, “mulato letrado” que ocupou lugar de notório destaque no universo da escrita e da imprensa oitocentista, nos interessa para este artigo destacar as publicações que adotaram um certo tom humorístico, como *A Mulher do Simplício ou a Fluminense Exaltada* e a famosa série de *Marmotas*, jornal de moda e variedades direcionadas ao público feminino. Tais publicações são justamente o oposto à sisudez do periódico jurídico que vamos analisar, entretanto, acreditamos que é justamente pelo viés do cômico por onde foi possível incluir um aspecto crítico na edição dos discursos jurídicos.

Na oficina tipográfica, premido pelos compromissos financeiros e atento aos novos públicos para as letras impressas, o editor realizava uma espécie de tradução ao modelar na rigidez da composição tipográfica as vozes e os gestos que caracterizavam a comunicação cotidiana do jovem Império que, aos poucos, buscava se institucionalizar por meio da disseminação de impressos. Neste contraste, entre a ordenação tipográfica da escrita e a informalidade da conversa na rua, a comicidade se apresentou como caminho possível para alavancar uma necessária metarreflexão sobre o impresso e as particularidades de sua linguagem, revelando proximidades e distâncias do que pretendia representar, o que possibilitou um tipo de autonomia capaz de impulsionar a reflexão intelectual. Nesse sentido, simulação tipográfica de erros de ortografia publicada na *Gazeta dos Tribunais* cumpriu a função de compartilhar os “segredos” da

2. ASSIS, 1865, p. 1.

3. Para uma versão mais detalhada destas hipóteses consultar MARTINS, 2018.

tipografia e, ao promover um efeito cômico aos leitores, contribuiu para mitigar a autoridade mística do impresso em um contexto de recepção cujo letramento ainda era incipiente. Antes que nos dediquemos em detalhe ao exemplo a ser analisado, observaremos brevemente o processo de especialização dos periódicos que motivou a publicação de uma *Gazeta dos Tribunais*.

Uma Gazeta especializada

Publicada três vezes por semana no Rio de Janeiro, de 1844 a 1848, a *Gazeta dos Tribunais* direcionava-se a um público financeiramente estável, estudantes, bacharéis e burocratas capazes de sustentar os custos de produção do periódico. É importante notar que, desde 1841, publicava-se um periódico homônimo em Lisboa.⁴ Para confirmar a falta de originalidade do nosso editor pioneiro, ambos traduziram o título da *Gazette des Tribunaux*, que teve sua publicação iniciada em Paris no ano de 1786. Neste sentido, nossa pouco original *Gazeta* mimetizou “matrizes” francesa e lusitana, constituindo-se a partir de um processo de adaptação cultural, o que indica que talvez não houvesse, necessariamente, uma dinâmica sistêmica que justificaria sua existência.

Se parece fácil imaginar a relação entre a padronização das leis e o impresso, é necessário um passo adiante para compreender o surgimento de um periódico jurídico especializado. Grosso modo, em um primeiro momento a imprensa rapidamente ordenou o conhecimento jurídico de forma mais ou menos padronizada com a publicação de volumes onde se encontravam constituições, leis, códigos, estatutos, regulamentos etc.. No entanto, simultaneamente, o discurso jurídico também ganhou as páginas de periódicos diversos sendo publicado ao lado de discursos políticos, literários, científicos e religiosos. Como reação a esta coexistência com outros discursos, surgiria o periódico especializado. Em outras palavras, o que explica a necessidade de um periódico exclusivamente jurídico? O que levou um editor como Paula Brito a publicar um periódico jurídico especializado? Em que medida a perspectiva dos leitores e a realidade do

4. Para um panorama mais detalhado da história da imprensa em Portugal consultar CHORÃO (2002) e TENGARRINHA (1989).

sistema jurídico interferiram nesse processo?

Tanto a mimetização quanto a dinâmica social e econômica da imprensa nos oferecem caminhos razoáveis para responder às questões. Todavia destacamos aqui um aspecto muitas vezes subestimado relacionado justamente a uma transformação nas formas de recepção e leitura. Diante da proliferação e disseminação de textos impressos, “aprender a ler” desdobrou-se em “aprender lendo”, o que posicionou a hermenêutica como atividade relevante não só para um grupo restrito de magistrados e advogados, mas para todos os cidadãos conscientes das implicações da lei para suas vidas cotidianas. Daí a migração do discurso jurídico de livros restritos à consulta dos especialistas para os periódicos que circulavam entre aqueles leitores que efetivamente participavam ou ambicionavam reivindicar os direitos da cidadania. O resultado do crescimento de público e da facilidade de acesso foi um aumento de complexidade interpretativa. Como sabemos, a interpretação de um determinado texto sofre a interferência de aspectos histórico-contextuais e subjetivos, possibilitando a abdução de significações diferenciadas e, até mesmo, divergentes. Os novos leitores que “aprendiam lendo” provocavam irritações e contradições nos limites do discurso jurídico, causando, muito mais do que um incômodo, uma instabilidade. Diante do perigo de dissolução dos seus limites, expandidos por múltiplas interpretações, o sistema reagiu às irritações e contradições desestabilizadoras, reconfigurando-se. Parece ser justamente esse tipo de instabilidade sistêmica que dispara a reconfiguração formal no *medium*, do livro ao periódico, do periódico à sua especialização. Assim, uma nova “forma”, como o periódico especializado, revelava a necessidade de reestabilização do sistema.⁵ Certamente tal aspecto não pode ser considerado fora das particularidades de cada território, ou seja, uma certa universalização da leitura apontada por historiadores como um fenômeno setecentista na Europa não apresentou quaisquer paralelos significativos, no Brasil colônia e mesmo ao longo do Império, especialmente a partir do segundo Reinado quando surge condições efetivas para o estabelecimento de uma cultura letrada com escolas, bibliotecas, tipografias etc⁶.

5. Cf. LUHMANN (2005).

6. Cf. LAJOLO & ZILBERMANN (1998).

Poderíamos dizer que, desde seu surgimento, os periódicos se configuraram como um espaço problemático para o qual migravam discursos originados de diferentes sistemas e disciplinas em crise. Essa migração conflituosa se reflete claramente nos subtítulos de alguns desses periódicos, como demonstram alguns exemplos selecionados dentre as publicações do editor Francisco de Paula Brito⁷ que se manteve publicando ininterruptamente de 1831 a 1861: *Jornal Político, Histórico e Miscelâneo*⁸; *Periódico Instrutivo Sobre Política, Moral e Objetos Jurídicos*⁹; *Jornal Forense, Literário, Recreativo e Noticioso*¹⁰; *Periódico Religioso e Político*¹¹; *Jornal Crítico, Satírico, Literário, Poético e Jocosos*¹², *Revista Mensal, Artística, Científica e Literária*¹³.

Uma profusão de discursos, os mais diversos, estabeleceu um espaço instável e problemático nas páginas dos jornais, como demonstram, por exemplo, as quatro subdivisões do volumoso *Correio Braziliense: Política, Commercio e Artes, Literatura e Ciências e Miscelânea*¹⁴. Essa última seção, juntamente com a similar *Variedades*, é onipresente em jornais do século XIX. É junto a esse conjunto inclassificável que, muitas vezes, se inseria

7. Esses exemplos foram selecionados dentre os “Jornais e Revistas editados por Paula Brito” listados em GONDIM, 1965, p. 78-84.

8. O CONCILIADOR FLUMINENSE. *Jornal Político, Histórico e Miscelâneo*. Rio de Janeiro, Tip. Fluminense de Brito e C., 1832.

9. O PREGOEIRO. *Periódico Instrutivo Sobre Política, Moral e Objetos Jurídicos*. Rio de Janeiro, Tip. Imparcial de Brito, 1839.

10. GAZETA JUDICIÁRIA. *Jornal Forense, Literário, Recreativo e Noticioso*. Rio de Janeiro, Tip. de Paula Brito e Tip. Universal de Laemmert, 1861-1862.

11. A RELIGIÃO. *Periódico Religioso e Político*. Rio de Janeiro, Tip. de Paula Brito e Tip. do Diário de L. N. Viana, 1848-1850.

12. O CRÍTICO. *Jornal Crítico, Satírico, Literário, Poético e Jocosos*. Rio de Janeiro, Tip. Imparcial de Paula Brito, 1842.

13. GUANABARA. *Revista Mensal, Artística, Científica e Literária*, dirigida por Manuel de Araújo Porto-Alegre, Antônio Gonçalves Dias e Joaquim Manuel de Macedo. Rio de Janeiro, Tip. da Empresa Dois de Dezembro, de Paula Brito, 1849-1856.

14. CORREIO BRASILIENSE OU ARMAZEM LITERARIO. Londres, W. Lewis e Paternoster Row, 1808, vol. I.

o discurso jurídico, compartilhando o espaço da página com notícias e anedotas. Além disso, a “contaminação” política já era considerada indesejável para a isenção supostamente necessária ao discurso jurídico, o que impulsionou a criação de um contexto gráfico livre de interferências estabelecendo-se um espaço para o florescimento da autonomia. Daí o surgimento do periódico especializado, propício para a reprodução de um metadiscorso capaz de fortalecer e marcar, ao menos momentaneamente, limites do sistema jurídico que se via prejudicado por interpretações e discursos que ameaçavam sua unidade. Simultaneamente à primeira edição da *Constituição do Império do Brasil*, em 1824, a imprensa periódica viveu um momento de expansão e de virulência política após a independência. Duas décadas foram necessárias para que surgisse o primeiro periódico dedicado “exclusivamente” às questões jurídicas, a *Gazeta dos Tribunais*¹⁵. Lemos no editorial do segundo ano, a clara intenção de distanciar-se da política, estabelecendo como função do periódico delimitar as fronteiras de um sistema jurídico que não deveria ser confundido com outros discursos que também ganhavam corpo na página impressa, além disso, fica claro que o editor previu que a publicação interessaria não só a um público especializado:

Os magistrados ilustrados, que forem zelosos no cumprimento dos seus deveres, os advogados sábios de habilidade no seu ministério, os jurisconsultos seriamente aplicados ao estudo profundo das leis, e jurisprudência, e ainda mesmo aqueles a quem um bocadinho de bem entendido amor próprio lhes fizer desejar que perante o público, apareçam suas ideias luminosas nestas matérias, serão os primeiros a coadjuvar-nos na empresa de dar publicidade aos atos da administração da justiça, e de quanto a ela toca; assim, porque todos eles são os primeiros interessados em fazerem honra às suas profissões por meio dos seus julgamentos, arrazoados, e até pela diversidade de opiniões, de cujo choque ordinariamente

15. Estamos deixando de lado outros fatores que certamente interferiram para o surgimento da publicação como nos aponta Ramos (2010) em um interessante estudo sobre o caso brasileiro: “o periodismo jurídico nasceu logo em seguida à reforma da organização judiciária empreendida pela lei de 3 de dezembro 1841, arquitetada justamente para aplacar o ímpeto revolucionário do início o século XIX, mediante a supressão de importantes garantias civis, como a limitação do direito ao habeas corpus, o uso indiscriminado das prisões preventivas, a restrição do pagamento da fiança, etc.”. (p. 81)

cintila a melhor inteligência e aplicação das leis, como porque, ninguém contestando hoje, que a *publicidade dos processos, e dos debates judiciários são das mais fortes garantias do sistema judicial e do representativo, a Gazeta dos Tribunais lhes presta o verdadeiro meio e fácil para aquele fim.* [...] Não se entenda de modo algum que nos esquivaremos de responder e emitir com imparcialidade nossas opiniões sobre quaisquer comunicados, ou artigos que nos opuserem no interesse da ciência jurídica, e com a linguagem dela, uma vez que sejam concebidos com moderação e decoro, sem atacar nem enunciar factos da vida particular e domestica das autoridades, e empregados públicos, e, já se sabe, vindo inteiramente estranhos a afeições políticas, pois que *a Gazeta continuará sempre sem cor política como até agora, e nunca será órgão de desaforos de paixões desordenadas; sem todavia repelir discussões por mais vigorosas que sejam, mas que aproveitem ao direito e à justiça, e entrem no programa da Gazeta.*¹⁶

A partir de breve comparação entre as *Gazetas* parisiense, lisboeta e fluminense, buscaremos descrever como o periódico jurídico especializado, ao mesmo tempo em que busca distanciar-se de outros discursos, também produz necessidade de diferenciação de outros sistemas similares. Pode-se perceber na leitura da versão lusitana da *Gazeta dos Tribunais* uma constante reiteração das suas particularidades em relação aos sistemas vizinhos, como o espanhol ou o francês.

Mesmo que emprestasse o nome e traduzisse diversos artigos da *Gazette des Tribunaux*, em uma longa transcrição de um processo encontramos uma inequívoca resposta após a explícita censura do editor francês: “O acusado entra neste particular em explicações que não podemos reproduzir em presença do texto da lei.” Em nota de rodapé, o editor português reage:

Isto demonstra quanto é mais ampla que a de França a nossa liberdade de imprensa. Não falamos naquela que hoje existe de fato, porque rivaliza, se não é que leva a barra adiante a imprensa de Inglaterra. Queremos dizer da de direito e de fato, que sempre mais ou menos tem havido pela maneira benigna porque a lei se tem entendido geral, e porque tacitamente parece interpreta-la o ministé-

16. GAZETA DOS TRIBUNAIS, Rio de Janeiro, nº 96, 3 jan. 1844, p. 1

rio público ou o governo. [...] Um jornal prudente com certa fama de imparcial e bondoso, como é a nossa Gazeta verdadeiramente inofensiva, que não costuma exceder certos limites.¹⁷

O editor francês recusara-se a reproduzir os impropérios do réu “em presença do texto da lei”, afirmando a vocação do periódico especializado. Por sua vez, o editor português fez questão de destacar a omissão do colega, referindo-se não só ao processo, mas à publicização impressa do mesmo. Dessa forma, ao menos em parte, o sistema jurídico português se afirmava apoiado em seu *medium* especializado. Lançando mão de um elemento paratextual, uma nota de rodapé, marcava a diferença no sistema jurídico dos discursos registrados pelo vizinho. Dessa forma, o argumento crítico que se apresentava não provinha do sistema jurídico, mas da “liberdade de imprensa”, ou seja, as particularidades do sistema jurídico português tinham por base a própria impressão da *Gazeta dos Tribunais*. No ajuizamento da censura do editor francês, o editor português defende a centralidade do *medium* para a constituição de um sistema jurídico “verdadeiramente” autônomo, acrescentando a publicidade da imprensa como elemento relevante para o próprio conteúdo do discurso jurídico. Paradoxalmente, ao permitir a inclusão da “voz” do acusado abria-se a possibilidade para que o medo do editor francês se tornasse realidade, ou seja, que o discurso “jurídico” se contaminasse com o “não jurídico”.

Em seu primeiro ano, a *Gazeta* brasileira basicamente republicou textos retirados de sua homônima lisboeta. Entretanto, enquanto a *Gazeta* portuguesa atinha-se à edição de textos especializados acompanhados de discretos anúncios de obras jurídicas e espetáculos teatrais; a versão brasileira apresentaria conteúdo mais variado. Tal variação se deve, em parte, como consequência da escassez de colaboradores capazes de produzir conteúdo especializado, revelando a incipiência do sistema jurídico brasileiro à época. Nas colunas da versão brasileira encontramos biografias históricas, folhetins, anúncios dos mais diversos produtos comercializados nas lojas do editor Paula Brito, assim como uma seção intitulada “Variedades”. Também é notável a mimetização da exuberância formal

17. GAZETA DOS TRIBUNAIS, Lisboa, 1848, nº 883, [s. d.], p. 1.

dos anúncios que custeavam o periódico, destacando-se a relevância de sua composição tipográfica quando passaram a ser publicados “à imitação das folhas judiciárias da Europa”¹⁸. Importante também dizer que grande parte destes anúncios era destinada a vender impressos jurídicos.

Enquanto o discurso jurídico lusitano buscava de forma autorreflexiva seu ideal na liberdade de imprensa, na *Gazeta* brasileira publicada por Paula Brito, a ausência de metarreflexão revelava a debilidade do sistema jurídico que era contaminado pelas “variedades” e pela exuberância tipográfica dos anúncios. Todavia, surgiria uma possibilidade de reflexão sistêmica produtiva a partir da explicitação de sua precariedade. A inesperada presença de auto ironia na seção intitulada “Variedades” provoca dissonância na sisudez com a qual a justiça reveste sua aparência pública. A leitura da reprodução tipográfica de erros ortográficos registrados por um oficial de justiça provoca um efeito cômico capaz de aproximar o discurso jurídico da realidade cotidiana que, muitas vezes, lhe era avessa.

BELO MODELO DA CERTIDÃO DE UM OFFICIAL DE JUSTIÇA, NA BALIA

Certifico eu official de Justica desta cidade e seu termo que emuertude do des paxo fui ao Bonfim em CaZa de João DaMaçeno cas ter e cendo ali para o rrequerer este me mandou diZer que estava doente que não me podiafalar dice eu a sua Muller que marcava le para outor dia ele me comparecer para eu. Fazer minha eZecução e hindo no outor dia orrequerir em cua pecõa pela rreferida sentença do que ficou bem-ciente em fé de verdade paco apresente certidao. B* onZe de feverero de mil e oito centos e trinta e sete.

Antonio Nunes Pimenta

AINDA A BOA ORTHOGRAPHIA DO SR. PIMENTA, OFFICIAL DE JUSTIÇA, NA BALIA

Certifico eu official de Justiça desta cidade e de seu tremo que fui Atapagipe digo ao Bom fim para rrequerer a João Damaceno e Castro em pecoa de sua Mulher digo e na pecoa dele fi car rrequerida

18. GAZETA DOS TRIBUNAIS, Rio de Janeiro, nº 135, 17 mai. 1844, p. 4.

sua Mulher Mais chegando na caZa do çupil, cado dicerãome todos os famalos dacasa que ele inda estaua dei tado pois era de minha fiquei esperando de que celevantace cã embaso na Lojã, e adepois pegarão a dizer que já cetinha hido porrico fiquei certo que ele se a cultava em fê de verdade paço a preZente certidão. B.* 16 de janeiro de 1837.

Antonio Nunes Pimenta

(copiado dos autos originais)¹⁹.

O que significa a publicação dos infelizes desvios ortográficos do oficial de justiça baiano em um periódico que tem por princípio estabilizar o sistema jurídico? Como explicar a presença do cômico no austero universo do judiciário? A caligrafia do oficial de justiça seria capaz de desconstruir os mais brilhantes argumentos ao apresentar uma realidade incontornável: que fazer quando os próprios integrantes do sistema são incapazes de operar o que estrutura o próprio sistema, ou seja, a escrita e a leitura? Se um sistema que pretende estender sua área de influência tem entre seus integrantes um Sr. Pimenta, o que dizer daqueles que estão fora desse sistema? Estariam eles preparados para as ações de linguagem desse sistema que não fossem aquelas realizadas pela força policial?

A publicação dos desvios ortográficos apresentava uma faceta incontornável da realidade do sistema jurídico que seria capaz de questionar não só algumas limitações de sua extensão, mas também revelar as fragilidades de um de seus *meios* de legitimação, ou seja, do próprio periódico especializado. Ao reproduzir em tipos de metal o malfadado manuscrito do oficial baiano, gera-se um efeito cômico que não se restringe aos absurdos da ortografia. Os desvios e irregularidades do manuscrito

19. GAZETA DOS TRIBUNAIS, Rio de Janeiro, nº 114, 26 fev. 1844, p. 4. O efeito cômico da “boa orthographia” aparece um pouco prejudicado para o leitor contemporâneo por conta das diferenças ortográficas com o século XIX. Efeito cômico similar pode ser encontrado em outras situações como, por exemplo, na leitura do que chamei em outro ensaio “tipografia popular” (MARTINS, 2007). Mas é exatamente o mesmo efeito a que se referem algumas notas incluídas na *Marmota Fluminense*, que reproduz em suas colunas erros recolhidos em tabuletas e letreros espalhados pela Corte Imperial. No exemplo citado é ainda importante ressaltar que o editor tem o cuidado de incluir a informação de que o texto fora “copiado dos autos originaes”, explicitando as diferenças entre os erros manuscritos e a correção impressa.

se manifestavam sobre o impresso, subvertendo seus critérios de seleção, ignorando a revisão e obrigando ao tipógrafo a compor, intencionalmente, os erros de grafia. O manuscrito se fazia presente no impresso ao convocar no leitor a imaginação de uma claudicante caligrafia. Os garranchos dos Sr. Pimenta – “copiado dos autos originais” – dependiam de um editor disposto a desobedecer a regras para simular mecanicamente seus erros, deslocando os tipos móveis de suas posições programadas.

Assim como a “certidão” incorreta, o tipógrafo imitou os desvios e irregularidades do gesto caligráfico, desautomatizando a composição, gerando para o leitor uma simulação mecânica do manuscrito que dispara o efeito cômico. Apesar de pouco afeito à seriedade jurídica, por um caminho retorcido, o riso promove um importante movimento autorreflexivo e contribui para consolidar a autonomia do sistema. Na medida em que questiona simultaneamente a legitimidade e as estratégias de legitimação, o cômico tem o mérito de revelar a distância entre o discurso jurídico e a realidade, demonstrando que as dificuldades para a institucionalização ultrapassavam qualquer habilidade retórica. Para o leitor especializado, a revelação de sua própria fragilidade e limitação não deveria ser um motivo para cair na gargalhada, mas certamente cumpria a importante função de revelar a impossibilidade de se produzir artificialmente limites que fossem completamente livres de contaminações e, principalmente, que as dificuldades para a institucionalização residem na relação entre as formas de comunicação do sistema com o que permanece externo a ele.

Além dos erros ortográficos, encontramos também nas colunas da *Gazeta dos Tribunais*, anedotas que versavam sobre o universo jurídico, mas que pareciam ter sido contadas à mesa de alguma taverna, como a que reproduzimos a seguir:

nenhum juiz de paz haverá hoje que não saiba que nas questões sobre separação conjugal, como questões de estado, não pode haver transação, e por isso não pertencem ao seu juízo; no princípio, porém, não era assim: alguns se enganaram. À audiência de um deles veio citada uma mulher, não daquelas que agora costumam chamar de idade equivocada, porém ainda em muito boa idade, de quem o seu marido desejava desquitá-la, como dizia em seu requerimento, do qual porém não contava quais os motivos que tivesse para uma tal pretensão.

O autor achava-se presente, e o juiz que lhe custava atribuir a modestia da parte, a falta desta alegação indispensável, achou que era do seu dever fazer algumas perguntas ao autor.

Juiz. Sua mulher tem-se comportado mal

Autor. Não Sr.

– *J.* Sua mulher tem moléstia contagiosa?

– *A.* Não, Sr.

– *J.* Pretendeu tirar-lhe a vida, ou por mau gênio ou ciúmes, se lhe torna insuportável? – *A.* Não, Sr.

– *J.* Então o que tem a dizer contra sua mulher?

– *A.* Nada: eu cá me entendo; é porque não posso viver com ela. Olhe, Sr. Juiz, deixe-me contar-lhe o que sucedeu um destes dias. Mandei fazer uns sapatos; disse que os queria à moda, folgados, e de bom cabedal; trouxemos o mestre no dia convencionado; proveio-os e disse-lhe que os levasse, que não estavam como eu queria; tornou-me ele: – Freguês, que tem que dizer aos sapatos, não é bom o cabedal? – É. – Não estão folgados? – Estão. Não estão à moda, como os queria? – Sim Sr. – Então que defeito lhe põe? – Nenhum; *mas eu cá é que sei onde me apertam.*²⁰

Temos então que a *Gazeta dos Tribunaes* não caminhava em direção à padronização e ordenação típicas da imprensa, uma vez que incluía junto ao discurso jurídico os erros grotescos do mau calígrafo e anedotas.

O riso autômato

Lembrando “os processos de produção do cômico” descritos na filosofia de Bergson (2001), podemos explicar um pouco melhor como o riso do leitor poderá encaminhá-lo em direção à autonomia. A fórmula sintetizada pelo filósofo como ponto de partida para conceituar a comicidade – “o mecânico

20. GAZETA DOS TRIBUNAIS. Rio de Janeiro, nº 101, 15 jan. 1844, p. 4.

sobreposto ao vivo” – é relevante, especialmente se associamos a ela a noção de que a tipografia, arte mecânica, se contrapõe a outras manifestações da linguagem como a oralidade e mesmo o manuscrito, que apresentam maior flexibilidade às contingências da vida cotidiana. Dessa forma, a comicidade se situaria entre vida e arte, entre o cotidiano e as letras impressas, fazendo do riso gesto de apropriação que se direciona simultaneamente ao mecânico que se estabelece na vida e à vida mecânica, ou seja, a comicidade é o fio que poderá relacionar os artifícios tipográficos à rigidez dos hábitos, vícios e costumes da sociedade e, mais ainda, relacionar a mecânica de produção e circulação de textos à vida do homem de letras²¹.

Vejam os três pressupostos de Bergson (2001, p. 2-10): 1) “Não há comicidade fora daquilo que é propriamente humano”; 2) diferentemente de uma reação sentimental, aquele que ri é uma espécie de “espectador indiferente”; 3) o riso é sempre social. Ao definir o homem como o animal que faz rir, a comicidade caracteriza o humano. Seguindo o raciocínio, se “o riso não tem maior inimigo que a emoção”, podemos constatar a necessidade de um certo afastamento naquele que ri, uma indiferença, uma “anestesia momentânea do coração”, o que indica um princípio de racionalidade relevante para o desenvolvimento da autonomia, principalmente se pensarmos que os tempos de Paula Brito foram marcados pela emoção romântica.

Desligando o riso da emoção, abre-se a possibilidade de observar a inteligência da comicidade, pois se interrompe momentaneamente o fluxo incessante do “vivo” destacando-se um movimento que pode ser observado à distância, como acontece, em certa medida, no *frame* literário. Quando a interrupção das urgências cotidianas é experimentada pelo leitor, assim como o herói cômico, ele passa a funcionar como uma imitação mecanizada do humano, tornando-se ele próprio objeto risível. Finalmente, sabendo que as risadas ecoam sempre na dinâmica social de um grupo, o que certamente fortaleceu a comunidade letrada que ria, através do riso revelavam-se hábitos ou vícios mecânica e ridiculamente repetidos. O efeito comunitário do riso pode ser exemplificado em uma crítica ao livro de José Antônio, autor injustamente esquecido que se identificava com o estilo “joco-sério”:

21. Cf. BERGSON, Henri. *O riso. Ensaio sobre a significação da comicidade*, São Paulo, Martins Fontes, 2001.

Quem não leu a coleção de versos recentemente publicada com o título de Lembranças de José Antonio? Quem, lendo-a, não se viu a cada instante assaltado de um frouxo de riso por alguma súbita inspiração do espirito satírico?[...] Rir de tudo e de todos, foi o sistema filosófico de Demócrito: se o filósofo grego porém ria-se dos outros, e assim revelava orgulho, o poeta brasileiro ri-se até de si e dos seus versos, tanto como dos outros, e assim apenas mostra o que é: um gênio feliz que não se preocupa por demais com o que não merece demasiada preocupação.²²

Tomando como exemplo o provérbio latino, *ridendo castigat mores* (rindo corrige-se a moral, em tradução livre), constrangimentos e modificações sociais decorrentes do riso foram capazes de transformar a pedagogia moral declaradamente assumida pela imprensa à época. Para superar tal finalidade, era necessário que o editor considerasse a leitor como alguém capaz realizar sua própria interpretação. Para tanto, era necessário sensibilizá-lo, por meio do riso, para os recôncavos do cotidiano paralisados por movimentos repetidos mecanicamente. O riso funcionou, então, uma espécie de gesto social duplo, útil para flexibilizar a rigidez mecânica da sociedade, mas estético ao isolar esta mesma rigidez para que seja observada como espetáculo. A dimensão estética nos permite dizer que ao publicar algo risível em uma publicação séria, o editor estende a possibilidade de desenvolvimento de uma autonomia ao leitor. Acompanhando o editor autônomo, a consciência necessária das qualidades do *medium* impresso emerge no leitor capaz de identificar diferenças da imprensa mecânica em contraste ao corpo e à oralidade.

O riso se configurava como reação, como percepção do contraste entre a tipografia mecânica e a flexibilidade do oral e do caligráfico. Na tentativa de reproduzir os desvios da fala e do corpo, a composição impressa apresentava ao leitor sua notável rigidez, produzindo comicidade. Percebida como *impressão em falso*, revelava-se ao leitor seus artifícios mecânicos: repetição, inversão, serialização, intercâmbio de partes. Se por um lado o impresso tinha a capacidade de representar o mecânico instaurado no cotidiano, o riso também se refletia sobre a própria tipografia, como uma

22. A MARMOTA. Rio de Janeiro, nº 911, 25 dez. 1857, p. 1.

reação à artificialidade mecânica da linguagem. Assim, os impressos indicavam para ao menos duas dimensões onde o leitor poderia identificar o mecânico, a realidade cotidiana e a realidade impressa, ao transitar de uma a outra, rindo, poderia construir sua autonomia. As assimetrias entre a ordem gráfica do impresso e a desordem de sua experiência cotidiana, entre a rigidez dos encaixes tipográficos e a fluidez da voz (ou vice-versa), eram experimentadas através da sobreposição do caligráfico (e do oral) ao tipográfico. Refletindo sobre o impresso, o riso se tornaria uma poderosa ferramenta para corrigir os vícios daqueles bacharéis que insistiam em repetir empolados discursos jurídicos que, com sua erudição encenada, evitavam a realidade pouco letrada. Além disso, questionavam as pressuposições de verdade implícitas no impresso. A transfiguração da fluidez da voz e do gesto para a rígida modularidade da tipografia torna visível (e risível) o impresso. Ao provocar nos leitores, simultaneamente, a possibilidade de crítica social e experiência estética, a visibilidade dos vestígios do oral e do caligráfico poderiam conduzi-los em direção à sua autonomia.

Referências

- A MARMOTA. Rio de Janeiro, nº 911, 25 dez. 1857, p. 1.
- ASSIS, J. M. M. *Ao acaso*. Diário do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 3 jan. 1865, p. 1.
- BERGSON, H. *O riso. Ensaio sobre a significação da comicidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- CHORÃO, L. B. *O periodismo jurídico português do século XIX*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2002.
- GAZETA DOS TRIBUNAIS. Lisboa: Typ. da Gazeta dos Tribunais, 1841-1868.
- GAZETA DOS TRIBUNAIS. Rio de Janeiro: Tip. Imparcial de P. Brito, 1843-1846.
- GONDIM, E. R. *Vida e obra de Paula Brito*. Iniciador do movimento editorial no Rio de Janeiro (1809-1861). Rio de Janeiro: Livraria Brasileira Editora, 1965.
- LAJOLO, M. & ZILBERMAN, R. *A formação da leitura no Brasil*. São Paulo: Editora Ática, 1998.
- LUHMANN, N. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005.
- MARTINS, B. G. *Corpo sem cabeça*. O tipógrafo-editor e a Petalógica. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2018.
- MARTINS, B. G. *Tipografia popular*. Potências do ilegível na experiência do cotidiano. São Paulo, AnnaBlume, 2007.
- RAMOS, H. C. O periodismo jurídico brasileiro do século XIX. In *Passagens*. Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica. Rio de Janeiro: v. 2 nº 3, janeiro 2010, p. 54-97. Disponível em www.historia.uff.br/revistapassagens. Consultado em 27 jul. 2012.
- TENGARRINHA, J. *História da imprensa periódica portuguesa*. Lisboa: Editorial Caminho, 1989.

| Currículos

ANA ELISA RIBEIRO é professora do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG), onde atua no bacharelado em Letras com linha de formação em Tecnologias da Edição e na linha de Edição, Linguagem e Tecnologia do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens. É doutora em Linguística Aplicada pela UFMG. Tem pesquisado edição de livros há vários anos. E-mail: anadigitalpro@gmail.com.

ANDRÉ CARLOS MORAES é jornalista e Doutor em Comunicação e Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM UFRGS). Membro do grupo de pesquisa Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD) registrado no CNPq. E-mail: andrecmoraes@uol.com.br

ANA GRUSZYNSKI é jornalista e doutora em Comunicação. Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS). Pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Coordenadora do grupo de pesquisa Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD).

BRUNO GUIMARÃES MARTINS é graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela UFMG em 1995. Atuou por 10 anos como diretor de arte e designer gráfico. Mestre em Comunicação pela UFMG em 2005. Doutor em Literatura pela PUC-Rio em 2013. Autor dos livros “Tipografia popular: potências do ilegível na experiência do cotidiano” (2007) e “Corpo sem cabeça: o tipógrafo-editor e a Petalógica” (2018). Como pesquisador se interessa pela história dos meios de comunicação, especialmente nas particularidades da formação de uma cultura impressa no Brasil. Também se dedica a pesquisas e experimentações nos campos da comunicação visual, tipografia, design gráfico e publicidade. Membro do ex-press, grupo de pesquisa em historicidade das formas comunicacionais. Membro da rede de grupos de pesquisa Historicidades. Coordenador do GP Produção Editorial no Intercom. Atua como professor no departamento de Comunicação Social da UFMG desde 2006 onde ministra disciplinas na graduação e na pós-graduação.

CIDA GOLIN é jornalista, doutora em Letras pela PUCRS, professora dos Cursos de Jornalismo e de Museologia da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora do PPG em Comunicação e Informação da UFRGS (PPGCOM), integra o Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD), onde esta pesquisa foi realizada. Pesquisadora do CNPq. Autora de Entrevistas com mulheres de escritores: subsídios para uma história privada da literatura (2002), estudou o universo de Alice de Lewis Carroll durante a realização de seu mestrado. E-mail: golin.costa@ufrgs.br.

DANUSA ALMEIDA DE OLIVEIRA é professora da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da UFRGS. Colaboradora do grupo de pesquisa Laboratório de Edição, Cultura & Design (LEAD)/UFRGS. E-mail: danusa.oliveira@pucrs.br.

DIEGO BELO é designer gráfico, mestre em Estudos Culturais Contemporâneos. Pós-graduado em Gestão, com ênfase em Negócios, pela Fundação Dom Cabral. Especialista em Processos Criativos em Palavra e Imagem (PUC Minas). Graduado em Comunicação Social pela UFMG, habilitação Publicidade e Propaganda e formação complementar em Belas Artes, com ênfase em Artes Gráficas. Desenvolve projetos nos campos de identidade visual, sinalização, editorial e promocional. Possui interesse de pesquisa na relação entre design gráfico e cultura. Trabalha nas tessituras possíveis e existentes entre a vida teórico-acadêmica e a prática profissional cotidiana. Procura discutir as responsabilidades do designer gráfico na sociedade contemporânea e o papel dos artefatos na promoção e fortalecimento do capital cultural dos indivíduos. Possui trabalhos selecionados publicados em www.amodesign.com.br. E-mail: eu@amodesign.com.br

DOROTHÉE DE BRUCHARD é tradutora literária (francês/português) e editora do Escritório do Livro. Graduada em Letras pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), mestra em Literatura Comparada pela University of Nottingham (Inglaterra) e doutora em Estudos da Tradução pela UFSC. E-mail: dorothee@escritoriodolivro.com.br.

GABRIELA GRUSZYNSKI SANSEVERINO é mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Graduada em Comunicação Social/Jornalismo pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO)/UFRGS. Membro do grupo de pesquisa Laboratório de Edição Cultura & Design (LEAD). E-mail: gabigrusan@gmail.com.

GABRIEL HOEWELL é mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e membro do Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD/UFRGS), da mesma universidade. E-mail: gabrielrhone@gmail.com

ISABEL TRAVANCAS é professora associada do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultural da Escola de Comunicação da UFRJ. É jornalista de formação, mestre em Antropologia Social pelo Museu Nacional- UFRJ e doutora em Literatura Comparada pela UERJ. É autora

dos livros: “O mundo dos jornalistas”(Summus Editorial, 1993), “O livro no jornal” (Ateliê Editorial, 2001) e “Juventude e televisão” (FGV, 2007). E-mail: isabeltravancas@gmail.com

JOSÉ DE SOUZA MUNIZ JR. é doutor em Sociologia, mestre em Ciências da Comunicação e bacharel em Comunicação Social–Editoração pela Universidade de São Paulo (USP). Fez estágio de investigação doutoral na Universidad Nacional de Quilmes (UNQ, Argentina) e estágio pós-doutoral no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Estadual do Ceará (UECE). É professor e pesquisador no Departamento de Linguagem e Tecnologia do CEFET-MG. E-mail: jmunizjr@gmail.com.

MÁRCIO SOUZA GONÇALVES é professor associado da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/ UERJ), Pós-Doutor em Comunicação pela UFMG e Doutor e Mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Ocupa e ocupou diversos postos de coordenação e direção na FCS/UERJ. É líder do Grupo de Pesquisa Livros e Cultura Letrada, bolsista Prociência UERJ/FAPERJ e organizador dos livros Diálogos de Comunicação e Cultura (Editora da UFRN, 2014) e, em parceria com Eduardo Coutinho, Letra impressa - comunicação, cultura e sociedade (Sulina, 2009). E-mail: marcio.souza.goncalves@gmail.com

MARÍLIA DE ARAUJO BARCELLOS é professora doutora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria; professora do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial (UFSM); Doutorado em Letras | Estudos de Literatura (PUC-Rio), com estágio sanduíche (EHES) | Paris. Atuou no mercado editorial em livrarias, distribuidoras, feiras e editoras. Aprecia livros em qualquer formato, desde que bem elaborados. E-mail: mariliabarcellos@gmail.com.

MÁRLON ULIANA CALZA é publicitário. Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Professor Adjunto da Faculdade de Design e do Programa de Pós-Graduação – Mestrado em Design do Centro Universitário Ritter dos Reis – UniRitter. E-mail: marloncalza@gmail.com.

PAULO BERNARDO VAZ é doutor em Comunicação e Educação pela Université de Paris XIII (Paris-Nord), pós-doutor pela Universidade do Minho, professor associado aposentado na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), colaborador no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG. Desenvolve e orienta pesquisas sobre design gráfico, fotojornalismo, tipografia e publicidade na mídia impressa. Na UFMG integra o Núcleo de Estudos Tramas Comunicacionais: Narrativa e Experiência e o Grupo de Pesquisa Historicidades das Formas Comunicacionais (Ex-Press). E-mail: paulobvaz@gmail.com.

RAFAEL DE OLIVEIRA BARBOSA é jornalista e doutor em Comunicação (UERJ). Dedicar-se às Teorias da Comunicação e investiga as diversas práticas culturais com as mídias, com interesse em: produções editoriais no ambiente digital, explorando as relações entre objetos textuais, leitores e cultura. E-mail: rafaobarbosa@hotmail.com

RENATA PRADO ALVES SILVA é jornalista formada pela UFJF, especialista em Marketing e Negócios e Mestre em Comunicação pela mesma instituição. Doutoranda em Comunicação na UERJ, pesquisa livros e práticas de leitura em redes sociais na internet. E-mail: pradorenata@gmail.com

PATRÍCIA LOPES DAMASCENO é doutoranda e mestre em Comunicação e Informação pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e membro do Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD). Graduada em Design Gráfico pela UFPel e em Comunicação Social Hab. Publicidade e Propaganda pela UCPel. E-mail: pldamasceno@gmail.com

RACHEL BERTOL é doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ (2016). Professora substituta de Jornalismo na UFF, início em 2017.1, e professora substituta de jornalismo na UERJ, em 2016.2. Pesquisadora do grupo Imprensa e Circulação de Ideias: o papel dos periódicos nos séculos XIX e XX, da Casa de Rui Barbosa, e do Núcleo de Estudos e Projetos em Comunicação, da UFRJ. Bolsista PNAP da Biblioteca Nacional em 2016. Email: rachelbertol@gmail.com.

SANDRA REIMÃO é professora livre-docente da Universidade de São Paulo (USP) na Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) e no Programa de Pós Graduação em Comunicação da Escola de Comunicações e Artes (PPGCOM-ECA) e pesquisadora de Produtividade em Pesquisa do CNPq. Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Publicou, entre outros, os livros: Livros e televisão - correlações (ATELIE, 2004) e Repressão e resistência - censura a livros na ditadura militar (EDUSP/ FAPESP, 2011). E-mail: sandrareimao@usp.br

THAYZ GUIMARÃES é mestre em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Ela também faz parte do grupo de pesquisa Livros e Cultura Letrada desde 2012. E-mail: guimaraes.thayz@gmail.com

ANA GRUSZYNSKI

Doutora em Comunicação. Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS). Pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Coordenadora do grupo de pesquisa Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD)

BRUNO GUIMARÃES MARTINS

Graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela UFMG em 1995. Atuou por 10 anos como diretor de arte e designer gráfico. Mestre em Comunicação pela UFMG em 2005. Doutor em Literatura pela PUC-Rio em 2013. Autor dos livros “Tipografia popular: potências do ilegível na experiência do cotidiano” (2007) e “Corpo sem cabeça: o tipógrafo-editor e a Petalógica” (2018). Como pesquisador se interessa pela história dos meios de comunicação, especialmente nas particularidades da formação de uma cultura impressa no Brasil. Também se dedica a pesquisas e experimentações nos campos da comunicação visual, tipografia, design gráfico e publicidade. Membro do ex-press, grupo de pesquisa em historicidade das formas comunicacionais. Membro da rede de grupos de pesquisa Historicidades. Coordenador do GP Produção Editorial no Intercom. Atua como professor no departamento de Comunicação Social da UFMG desde 2006 onde ministra disciplinas na graduação e na pós-graduação.

MÁRCIO SOUZA GONÇALVES

Professor Associado da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ), Pós-Doutor em Comunicação pela UFMG e Doutor e Mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Ocupa e ocupou diversos postos de coordenação e direção na FCS/UERJ. É líder do Grupo de Pesquisa Livros e Cultura Letrada, bolsista Prociência UERJ/FAPERJ e organizador dos livros Diálogos de Comunicação e Cultura (Editora da UFRN, 2014) e, em parceria com Eduardo Coutinho, Letra impressa - comunicação, cultura e sociedade (Sulina, 2009). E-mail: marcio.souza.goncalves@gmail.com

{ OLHARES
TRANSVERSAIS

Esta coleção agrupa obras resultantes de parcerias e cooperações acadêmicas entre o PPGCOM-UFMG e outras universidades nacionais e internacionais, cujos projetos deram origem a textos comuns, abordagens cruzadas e aproximações conceituais marcadas pelo delicado jogo das dissonâncias.