

655.4
C 331 m
T

MARIA DA CONCEIÇÃO CARVALHO

O MERCADO E O SONHO: LÊ E MIGUILIM — DUAS PROPOSTAS DE EDITORAÇÃO
DO LIVRO INFANTIL E JUVENIL

UFMG — BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

Carvalho, Maria da Conceição

O mercado e o sonho: Lê e Miguilim, duas propostas de editoração do livro infantil e juvenil
655.4/C331m/T

(131779508/95)

120 x 200

MOD. BU - 013 MAIO/95 50.000

FOLHA DE APROVAÇÃO

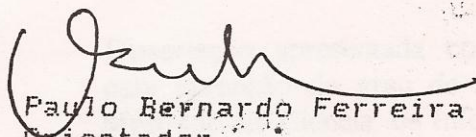
MARIA DA CONCEIÇÃO CARVALHO

Título da dissertação: "O mercado e o sonho: Lê e Miguilim, duas propostas de editoração do livro infantil e juvenil".

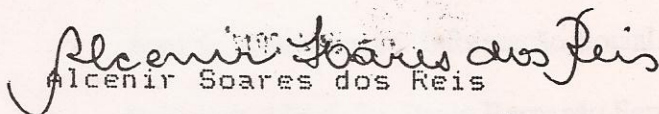
O MERCADO E O SONHO: LÊ E MIGUILIM, DUAS PROPOSTAS DE EDITORAÇÃO

Nome da aluna: Maria da Conceição Carvalho

Aprovada pela Comissão Examinadora constituída pelos professores:



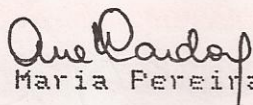
Paulo Bernardo Ferreira Vaz
Orientador



Alcenir Soares dos Reis



Francisco Aurélio Ribeiro



Ana Maria Pereira Cardoso

Belo Horizonte, 26 de novembro de 1993

MARIA DA CONCEIÇÃO CARVALHO

O MERCADO E O SONHO: LÊ E MIGUILIM, DUAS PROPOSTAS DE EDITORAÇÃO
DO LIVRO INFANTIL E JUVENIL

Dissertação apresentada como requisito parcial
para obtenção do grau de Mestre no Curso de
Mestrado em Ciência da Informação da Escola de
Biblioteconomia da UFMG.

Área de concentração: Informação Social.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Bernardo Ferreira Vaz

Co-Orientador: Prof^a. Dr^a. Suzy de Souza
Queiroz



BELO HORIZONTE

ESCOLA DE BIBLIOTECONOMIA

1993

AGRADECIMENTOS

Expresso meus agradecimentos:

Ao Prof. Paulo Bernardo Pereira Vaz, que exerceu com sensibilidade, competência e entusiasmo a tarefa de orientação desse trabalho.

A Profª. Sissy da Sousa Queiroz, orientadora rigorosa, crítica construtiva e solícita, sempre para todas as horas.

A Profª. Alceni Soares dos Reis, pela leitura crítica do trabalho e generoso apoio nos momentos mais difíceis do percurso.

A todos os profissionais ligados ao livro infantil e juvenil, que se dispuseram a colaborar com a realização dessa pesquisa, contando-me, em entrevistas, suas experiências e opiniões.

A minha grande família que, em todo o tempo, incentivou e apoiou.

Aos professores da Escola de Educação Básica do UFMG, pelo estímulo e acolhimento do presente trabalho.

Aos amigos e colegas do Departamento de Bibliotecologia da UFMG, pela solidariedade.

Em memória de Albertina Mendes Carvalho,
minha mãe, que me legou a paixão pelos livros;

a Levy Carvalho, meu pai, pelo exemplo de
dedicação e coragem;

a minhas filhas, Júlia e Elisa, companheiras de
muitas descobertas;

e a Júnia, irmã generosa, pelo constante e irrestrito
apoio.

AGRADECIMENTOS

Expresso meus agradecimentos:

Ao Prof. Paulo Bernardo Ferreira Vaz, que exerceu com sensibilidade, competência e entusiasmo a tarefa de orientação desse trabalho.

A Prof^a. Suzy de Souza Queiroz, orientadora rigorosa, crítica sensível e, sobretudo, amiga para todas as horas.

A Prof^a. Alcenir Soares dos Reis, pela leitura crítica do trabalho e generoso apoio nos momentos mais difíceis do percurso.

A todos os profissionais ligados ao livro infantil e juvenil, que se dispuseram a colaborar com a realização dessa pesquisa, confiando-me, em entrevista, suas experiências e opiniões.

A minha grande família que, em todos os momentos, cada um a seu modo, deu-me apoio, incentivo e confiança.

Aos professores da Escola de Biblioteconomia da UFMG, pelo estímulo à conclusão do presente trabalho.

As amigas e colegas do Departamento de Biblioteconomia da UFES, pela solidariedade.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADRO 1

- Posição das editoras no campo da produção de livros.....54

QUADRO 2

- Visão geral das editoras Miguilim e Lê, de Belo Horizonte.....82

QUADRO 3

- Distribuição de escritores/ilustradores, por editora,
relativo à primeira publicação.....132

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

- APCA - Associação Paulista de Críticos de Arte
- CBL - Câmara Brasileira do Livro
- CML - Câmara Mineira do Livro
- CPDOC - Centro de Pesquisa e Documentação
- FAE - Fundação de Assistência ao Estudante
- FDE - Fundação de Desenvolvimento Escolar
- FNLIJ - Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil
- INL - Instituto Nacional do Livro
- MEC - Ministério de Educação e Cultura
- SNEL - Sindicato Nacional dos Editores de Livros

SUMÁRIO

? LISTA DE ILUSTRAÇÕES

? LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

\ RESUMO

ABSTRACT

\ 1	INTRODUÇÃO	13
\ 1.1	As razões da escolha	14
\ 2	A METODOLOGIA	19
2.1	Fundamentos teórico-metodológicos	20
\ 2.2	Objetivos do trabalho	21
\ 2.3	Orientação metodológica	22
2.3.1	Tipo de Abordagem	22
\ 2.3.2	Diretrizes para obtenção dos dados	24
2.3.2.1	<i>Análise documental</i>	25
2.3.2.2	<i>Entrevista/depoimento</i>	26
\ 2.4	A análise dos dados	32
\ 2.5	Estrutura do trabalho	35
3	INDÚSTRIA CULTURAL E LITERATURA INFANTIL	36
3.1	O modo de produção dos objetos culturais:	
	a ótica dos teóricos	37
3.2	A questão da editoração: uma leitura de Bourdieu	43

3.3 Uma tipologia das editoras ?	48
4 A PRODUÇÃO DE LIVROS INFANTIS E JUVENIS NO BRASIL	57
4.1 A inserção no contexto social	58
4.2 O papel de Minas	65
5 EDITORAÇÃO DE LIVROS INFANTIS E JUVENIS EM MINAS GERAIS:UM ESTUDO DE CASO	80
5.1 Miguilim e Lê: duas propostas de editoração do livro infantil e juvenil	81
5.2 Características gerais das editoras Miguilim e Lê	82
5.3 Representações que os editores fazem de sua própria prática: o contraponto entre o sonho de editar literatura e o mercado a ocupar	83
5.3.1 Razões para a entrada no campo de produção de literatura infantil e juvenil	83
5.3.2 Estrutura funcional: do amadorismo à profissionalização	89
5.3.3 Estratégias editoriais e relação o mercado	102
5.3.4 Participação em programas institucionais	124
5.3.5 Relação dos editores com os criadores	127
5.4 A posição dos criadores: autores e ilustradores	130

5.4.1	Modo de aproximação com a(s) editora(s).....	131
5.4.2	O respeito à criação.....	141
5.4.3	Relações de trabalho.....	160
5.5	A perspectiva da crítica literária.....	180
5.5.1	A atuação de Minas no contexto editorial brasileiro nas décadas 70/80.....	182
5.5.2	Autoridade das editoras Lê e Miguilim.....	183
5.5.3	Perfil do editor.....	187
5.5.4	Valor das obras.....	190
5.5.5	Divulgação/Distribuição.....	192
6	CONCLUSÃO.....	196
7	ANEXOS.....	206
8	BIBLIOGRAFIA CONSULTADA DE LIVROS INFANTIS E JUVENIS.....	215
9	BIBLIOGRAFIA.....	218

"Que coisa é o livro? Que contêm na sua frágil arquitetura aparente?

São palavras, apenas, ou é a nua exposição de uma alma confidente?

De que lenho brotou? Que nobre instinto da prensa fez surgir esta obra de arte que vive junto a nós, sente o que sinto e vai clareando o mundo em toda parte?"

Carlos Drummond de Andrade

"Todos os temas tornam-se bons pelo mérito do autor. Oh! jovem artista, aguarda um tema?

Tudo pode servir, o tema é você mesmo, são as suas impressões diante da natureza.

É em você que é preciso sondar, e não em seu redor."

E. Delacroix

RESUMO

Recupera, através de um estudo de caso, a história recente da editoração de livros infantis e juvenis em Minas Gerais, Brasil, no contexto do boom da literatura infantil brasileira iniciado na década de 70. A análise incide sobre a evolução das editoras Lê e Miguilim, na linha da literatura infantil e juvenil, no período 1982-91, estabelecendo-se uma comparação entre ambas. Efetivou-se um trabalho subsidiado pelo referencial teórico, pela análise dos dados da história, conforme revelados pela memória dos autores do processo e pelos documentos produzidos institucionalmente em relação aos fatos. Os resultados sugerem que a estruturação das editoras mineiras em torno do livro infantil e juvenil representa uma quebra da hegemonia do eixo Rio-São Paulo no campo editorial brasileiro. As editoras em estudo representam vertentes opostas dentro do campo editorial mineiro, a vertente comercial e a vertente cultural. A crise atual da sociedade brasileira tem afetado substancialmente a estrutura do campo editorial, prenunciando o domínio das editoras comerciais.

ABSTRACT

The study recovers, through a case study, the recent history of literature book publishing in Minas Gerais, Brazil, for children and young people in the context of the literature boom for this age group, with beginnings in the 1970's. It analyses the evolution of the two publishing houses Lê and Miguilim in the line of literature for children and young people through 1982-91. To make it effective this study was based on the literature, on the recollections of the subjects about the historical facts and on institucional documentation. The results suggest that the structure of these publishing houses on the literature book for children and young people represents a rupture in the hegemony of Rio de Janeiro and São Paulo in the Brazilian editorial field. These publishing houses represent opposite tendencies in the Minas Gerais editorial field: the commercial and cultural tendencies. The present crisis in Brazilian society has greatly affected the structure of the editorial field indicating the dominance of the commercial tendency.

financeira próspera, com boas redes de distribuição, que privilegiam o produto de rotação rápida.

EIXO CULTURAL-IDEOLÓGICO

As editoras situadas nesse eixo se caracterizam, também, pela recusa ao comercial, recusa justificada, quase sempre, pelo discurso ideológico (político ou religioso). Os editores "religiosos", por exemplo, situam sua prática no domínio do pensamento e do apostolado, sendo que o livro, além de ser um instrumento cultural é, também, um instrumento de evangelização. Preocupados em editar "o bom" ou tudo aquilo que contribui para promover os valores humanos e cristãos, acreditam que o editor deve desempenhar um papel ativo encomendando originais, seja para responder a uma demanda existente, seja para suscitar debates e novas orientações do pensamento. São, geralmente, empresas de grande ou médio porte, construídas com fins não lucrativos, têm uma estrutura profissional ou semi-profissional, com impressoras próprias, livrarias e outras atividades paralelas. Em geral produzem livros de ciclo de produção longo, tiragens não muito elevadas, escoamento de estoques relativamente longo.

As Editoras que privilegiam a reflexão política definem sua prática como uma contribuição à reflexão séria, ao despertar de consciência e outros argumentos do tipo ideológico. Investem num ciclo de produção longo, conscientes de que as idéias que pretendem inculcar não se sedimentam a curto prazo.

As editoras do eixo cultural-ideológico estão no mercado pela força de uma vocação. São, geralmente, empresas pequenas, com uma estrutura artesanal de produção e muitos

1 INTRODUÇÃO

"Editar é conhecer os homens. Estimular sua inteligência, provocá-la. Jamais sufocá-la."

Giulio Einaudi

"A literatura não é a realidade, mas seu sonho. Quanto menos minimalista e subserviente aos fatos da vida diária, quanto mais ficção e invenção, mais ela estará perto deste turbilhão de beleza e terror que é o real"

José Onofre, sobre a obra de Ítalo Calvino.

1.1 As razões da escolha

No decorrer da década de 80 Minas Gerais ganhou espaço no panorama editorial do país, firmando-se como importante centro produtor de livros de literatura infantil e juvenil. O destaque em nível nacional decorreu, na análise da crítica especializada, não apenas do volume de produção - cresce significativamente, no período, o número de editoras mineiras voltadas para esse produto - mas, sobretudo, pelo nível de qualidade alcançado, seja no plano editorial, textual ou de ilustração. (PERROTTI, 1992:42)

Ainda que parte de um processo mais amplo que se desenvolvia no país, concentrado principalmente no eixo Rio-São Paulo, desde a década anterior, o modo como o fenômeno acontecia em Minas despertava curiosidade sobre a presença de fatores locais, específicos da cultura mineira, que pudessem predispor àquela intensa criação no gênero.

De fato, fora dos seus limites geográfico-culturais, o Estado começava a ser reconhecido como importante celeiro de literatura infantil.¹ "Mais um ilustrador mineiro?!" surpreendiam-se editores paulistas - às vezes com uma ponta de bem humorada ironia, enfatizando a existência, no cenário do Estado, desse movimento cultural.²

Uma primeira visão retrospectiva da questão da editoração de livros infantis no Brasil

¹ A produção de literatura infantil na década de 80 é superior, em quantidade e qualidade a de literatura juvenil, razão pela qual, conforme varie o contexto, apenas a literatura infantil será mencionada.

² O comentário consta da entrevista concedida, para essa pesquisa, por um ilustrador que deverá ser mantido no anonimato, de acordo com as regras aceitas entre pesquisador e entrevistado.

já mostrava, entretanto, que as relações significativas de Minas com a literatura infantil não são recentes:

"Já no início do século, Alexina Magalhães era uma voz extraordinária que falava, de Minas para todo país, da importância da literatura infantil. Foi lá que Cecília Meireles pronunciou, em 1949, suas hoje clássicas conferências, reunidas no volume Problemas de Literatura Infantil. De lá chegaram também, ao país, nos mesmos anos 40, trabalhos de Lúcia Machado de Almeida e de Vicente Guimarães, o Vovô Felício. Assim, não falta tradição de literatura infantil a Minas e muitos dos atuais produtores não traem o passado..."

(PERROTTI, 1992:42)

O aspecto mais geral que surgia, pois, a merecer a atenção do pesquisador, era a avaliação do papel de Minas Gerais diante daquele fenômeno cultural novo que o país produziu a partir dos anos 70, conforme enfatizado pela crítica literária e pelos historiadores da literatura infantil/juvenil brasileira ou seja, a forma marcante e extremamente atuante da editoração do livro infantil e juvenil no contexto global da cultura brasileira.

Minas Gerais, mais precisamente, Belo Horizonte foi, de fato, o primeiro grande centro a se afirmar como alternativa à hegemonia do eixo cultural tradicional Rio-São Paulo no circuito da produção editorial do livro infanto-juvenil do país, conforme mostram os resultados de uma pesquisa concluída em 1989 (CARVALHO, 1989).

Cumprido lembrar que o Rio Grande do Sul é também um importante centro de produção editorial embora, na linha de literatura infantil e juvenil não tenha a mesma expressão que Minas alcançou a partir dos anos 80.

No trabalho acima mencionado procurou-se investigar a existência e as características de políticas editoriais para o livro infantil no Brasil através do estudo das condições de produção de dez editores do eixo Rio-SP-BH, e da análise de conteúdo de uma amostra do produto final dessas mesmas editoras pesquisadas. Os achados sugeriram a necessidade de novas investigações, no sentido de rastrear permanências e alterações no quadro anteriormente descrito.

O interesse em privilegiar Minas Gerais como novo objeto de pesquisa aconteceu, pois, naturalmente, pelas razões apresentadas, embora pesassem também as razões sentimentais - mais um mineiro a espiar Minas, lá de longe!

Já se sabia de antemão da escassez de dados oficiais (ou formais) sobre o tema, fossem dados de cunho histórico, estatístico ou outros, embora não se pudesse prever a extensão e as dificuldades várias com que se deparou no desenvolvimento da pesquisa.

Assim, de início, a investigação dos fatores que teriam influenciado o desenvolvimento de condições favoráveis à produção, circulação e consumo de livros infantis e juvenis no espaço sócio-cultural do Estado de Minas Gerais, nos últimos 10 anos, mostrou-se um tema de estudo interessante e oportuno, face à escassez de informações registradas sobre o assunto até o momento, e, considerando-se até mesmo que dados de tal natureza poderiam contribuir para novos estudos sobre a questão do livro em Minas, e, por extensão, no Brasil.

Progressivamente a proposta do presente estudo foi-se definindo nos termos de resgatar uma parcela da história da editoração de livros de literatura infantil e juvenil em Minas Gerais, buscando-se analisar o fenômeno de forma a se obter uma compreensão

globalizante de sua evolução e, tanto quanto possível, de sua inserção no processo histórico, econômico e social do mesmo período. Tendo em vista as propostas definidas para o presente estudo optou-se por acompanhar e analisar o desenvolvimento de duas editoras consideradas representativas no panorama atual da produção de livros de literatura infantil e juvenil em Minas Gerais, tanto do ponto de vista do volume de produção no setor quanto do ponto de vista qualitativo do produto.

A escolha recaiu sobre as editoras Miguilim e Lê, respectivamente, baseando-se em informações sobre quem estava no mercado no período em questão, a década de 80. (CARVALHO, 1989)

A formulação de questões básicas de investigação que indagavam sobre COMO se desenvolveram as editoras objeto de estudo no que se refere à linha de literatura infantil e juvenil, no período escolhido, e em que CONTEXTO se processou esse desenvolvimento, tendo como orientação uma abordagem qualitativa do assunto tornou viável a realização dessa pesquisa, que assumiu, em sua efetividade, a característica de um estudo descritivo.

A pretensão do trabalho não foi de testar hipóteses teóricas que pudessem conduzir a uma teoria do estado atual da editoração de livros infantis e juvenis no Brasil. Na realidade, por se tratar de uma investigação do tipo histórico-estrutural, buscou-se avançar no conhecimento dos aspectos essenciais, evolutivos do fenômeno em estudo, através da observação e da reflexão, procurando-se identificar as forças decisivas responsáveis por seu desenrolar característico.

Permeando a descrição objetiva dos fatos relativos ao fenômeno investigado esteve presente, no desenvolvimento do trabalho, a intenção de se apreender a dimensão subjacente àqueles mesmos fatos vivenciados pelas instituições em questão, no período delimitado. Entretanto, como o processo de leitura de uma realidade implica necessariamente em parcialidade, preso que está ao nível de consciência possível do receptor/pesquisador (GOLDMAN, 1977:391) é certo que o ato de interpretação e, antes disso, de escolha dos dados, sofreram a ação (ou a intrusão) (DAMATTA, 1978:30) da subjetividade.

Assim,

"...embora importante que se faça a distinção entre elementos subjetivos e objetivos numa informação, existe nisso um valor apenas relativo já que todo elemento mais deformante, constitui, enquanto fato psicossocial, uma realidade objetiva e, inversamente, toda comprovação, ainda que seja mais rigorosa, faz-se no interior de uma consciência e, com isto, acaba sendo também um fato subjetivo, ligado a um processo de equilíbrio orientado para um fim". (GOLDMAN, 1977:396)

Se, portanto, não existe objetividade *stricto-sensu*, na prática da pesquisa empenhou-se num esforço sistemático de busca de objetividade, num trabalho de focalização progressiva, processo contínuo de confrontação dos dados que iam sendo coletados com as questões básicas de investigação e com os objetivos propostos.

Houve, assim, redefinições do projeto inicial na medida em que as situações reais de pesquisa sugeriam alterações de rota, em alguns momentos requerendo do pesquisador, para usar uma expressão de Souza (SOUZA, 1978:88), "a capacidade de reduzir drasticamente a escala de suas ambições" sem que, contudo, se colocasse em risco a integridade do plano geral do trabalho conforme será exposto a seguir.

2 A METODOLOGIA

"Faz pouco tempo que os homens se convenceram de que o presente é também HISTÓRIA."

Philip Toynbee

"Descubro antes, pesquiso depois."

Pablo Picasso

2.1 Fundamentos teórico-metodológicos

Os fundamentos conceituais e as idéias que permeiam toda a pesquisa, da formulação da proposta e dos objetivos à escolha dos procedimentos de coleta dos dados e análise dos resultados, estão apoiados em um referencial teórico que permitiu buscar e, dentro dos limites inerentes ao método utilizado, alcançar os significados do problema investigado.

Seguindo a linha de pensamento norteadora da pesquisa, que procurou entender o desenvolvimento do fenômeno editorial num determinado tempo e lugar, portanto em suas bases históricas, buscou-se subsídios no pensamento de autores escolhidos. Entre os autores destacam-se: ADORNO (1977), BENJAMIM (1978, 1984, 1985) e FREITAG (1979, 1987) quando discutem a problemática da indústria cultural na sociedade contemporânea; BOURDIEU (1977, 1982) na sua análise do sistema de relações de produção, circulação e consumo de bens simbólicos e em CAU (1980) que, baseando-se nas formulações teóricas de BOURDIEU propõe uma classificação ideológica da atividade editorial; em BOUVAIST (1986), e nos depoimentos de EINAUDI (1991) buscou-se considerações sobre o papel social do editor e o relacionamento possível da editoração com os demais setores da sociedade; e em PERROTTI (1982, 1986, 1990), LAJOLO & ZILBERMAN (1987), que situam a produção do livro para crianças e jovens no Brasil no contexto do modelo político-econômico-social instaurado pós-64.

Em termos metodológicos a definição do tipo de abordagem adotada - o estudo de caso - e os subsídios para a escolha das técnicas de obtenção e análise dos dados resultaram da leitura e do diálogo com os seguintes autores: TRIVIÑOS (1990), ANDRÉ (1983,

1984), FESTINGER e KATZ (1974); e CAMARGO (1978) que ressalta a importância da História Oral e a utilização da memória dos atores para o resgate do passado.

2.2 Objetivo do trabalho

Uma proposta inicial de trabalho, bem ampla, a de resgatar uma parte da história recente da editoração de livros infantis em Minas Gerais, foi se tornando precisa e cada vez mais clara com o desenvolvimento do estudo do referencial teórico e dos primeiros dados levantados. Chegou-se enfim, à definição do objetivo do trabalho como sendo o de descrever o processo de desenvolvimento das Editoras Lê e Miguilim, com sede em Belo Horizonte, no período 1982-91, na linha de livros infantis e juvenis.

As questões básicas ou núcleos temáticos que nortearam o desenvolvimento do trabalho se constituíram em:

- a) As características da empresa no que se refere às estratégias editoriais e ao relacionamento com o mercado.
- b) A imagem do editor: pontos de contato com o campo cultural e ideológico ou com o campo econômico; opção pela linha editorial infantil e juvenil; relação entre o discurso e a prática editorial.
- c) As características do produto.

Objetivamente, a consecução do objetivo geral foi orientada pelas seguintes metas:

- a) Identificar e descrever as condições infra-estruturais de produção e de divulgação das editoras em estudo, na linha do livro infantil e juvenil.
- b) Levantar dados quantitativos e qualitativos do produto livro infantil e juvenil, originado pela estrutura funcional das editoras em estudo.
- c) Construir um quadro evolutivo das editoras em questão a partir do estudo comparativo das informações coligidas.

2.3 Orientação metodológica

2.3.1 Tipo de abordagem

A natureza e as características do problema assim formulado conduziram à opção por uma abordagem metodológica qualitativa, o estudo de caso, cuja característica mais importante

"é a ênfase na singularidade, no particular. Isso implica que o objeto do estudo seja examinado como único, uma representação singular da realidade, realidade esta multidimensional e historicamente situada". ANDRÉ (1984;52)

O estudo de caso, afirma TRIVIÑOS (1990:134), permite ainda a possibilidade de se estudar dois ou mais sujeitos ou unidades, mesmo que não se pretenda perseguir objetivos de natureza comparativa. BOGDAN citado em TRIVIÑOS (1990:136), distingue várias categorias de estudos de caso entre os quais o estudo de caso histórico-organizacional, quando o interesse do pesquisador recai sobre a vida de uma (ou mais de uma) instituição,

procurando-se conhecer o fluxo de acontecimentos que constituem o processo de formação e desenvolvimento dessa(s) mesma(s) instituição(ões). Inserido nesta categoria o presente trabalho tem como unidade de estudo, já se sabe, as Editoras Lê e Miguilim, ambas com sede em Belo Horizonte, MG. No caso da Lê, que além de literatura infantil e juvenil publica livros didáticos, literatura adulta e livros jurídicos, tomou-se como foco de análise apenas a sua atuação na linha de literatura infantil e juvenil.

As editoras selecionadas para a pesquisa apresentam algumas características que foram determinantes no processo de escolha. São elas:

- a) Atuação no mercado na linha editorial de literatura infantil e juvenil ao longo do período estudado, isto é, de 1982 a 1991.¹
- b) Volume de produção significativo, tanto em termos quantitativos quanto qualitativos.
- c) Apresentação de aspectos significativos para um estudo comparativo já que uma editora publica apenas literatura infantil e juvenil enquanto a outra investiu nessa linha após 15 anos de atuação na área do livro didático.
- d) Conhecimento prévio de dados relativos a essas duas editoras, colhidos em estudo anterior.

¹ O GUIA DAS EDITORAS BRASILEIRAS, 2ª Edição editado em 1980 pelo Sindicato Nacional dos Editores, Livros (SNEL) registra 6 editoras atuando na linha do livro infantil e juvenil em Minas Gerais. Em pesquisa já citada, realizada em 1982 detectou-se através de fontes não formais de informação mais 3 editoras atuando nessa linha editorial: Vigília, Lê e Miguilim.

Dados referentes a recursos financeiros e a volume de negócios não foram considerados prioritários para a natureza desse trabalho, embora possam ser inferidos a partir de outros dados e informações coligidos e analisados.

A questão das tiragens também não recebe aqui um tratamento quantitativo por ser um dado que os editores consideram de controle interno da empresa, sendo que nem mesmo os autores dispõem de dados precisos sobre o número de tiragens de suas obras.

Do mesmo modo, não se pretendeu abordar, nesse trabalho, as questões referentes à recepção do texto literário endereçado à criança e ao jovem, problema relevante por si mesmo e que merece ser objeto de novas pesquisas qualitativas.

2.3.2 Diretrizes para obtenção dos dados

Apoiando-se metodologicamente em Bogdan e Birten (TRIVIÑOS, 1990:120) quando afirmam que

"a pesquisa qualitativa ou naturalística, da qual o Estudo de Caso é uma das formas, envolve a obtenção de dados descritivos, obtidos no contato direto do pesquisador com a situação estudada, enfatiza mais o processo do que o produto e se preocupa em retratar a perspectiva dos participantes",

procedeu-se à definição dos instrumentos de coleta de dados, que recaiu sobre:

- a) documentos internos e externos relativos à atuação das instituições em estudo;
- b) produto - o livro de literatura infanto-juvenil - originado pela estrutura funcional dessas editoras;

c) utilização de entrevistas e/ou depoimentos com os atores vivenciadores do problema em estudo.

Houve, desse modo, duas etapas complementares no processo da coleta de dados: em primeiro lugar a análise documental descrita nos itens a e b e em segundo lugar a etapa envolvendo entrevistas com os atores participantes do processo em estudo.

2.3.2.1 Análise documental

A análise documental, segundo Caulley, citado em ANDRÉ (1983:66), busca identificar informações factuais nos documentos a partir de questões ou hipóteses de interesse. Nesse sentido foram buscados e analisados tanto documentos produzidos institucionalmente em relação aos fatos de interesse para a pesquisa quanto documentos originados do meio externo como estatísticas, notícias em jornais e revistas, livros e artigos em revistas especializadas.

Quando analisados, os documentos internos e externos a que tivemos acesso, exceto os catálogos de obras publicadas e no prelo, revelaram-se de importância apenas complementar às informações obtidas pelos outros instrumentos de coleta, quais sejam, a análise do produto e as entrevistas/depoimentos.

A avaliação do produto originado pela estrutura funcional dessas editoras, foi parte importante para os propósitos do estudo pois, se não se pode compreender o produto dissociado do processo de sua produção, inversamente, a análise do produto também remete às condições do produto. É importante esclarecer que a avaliação da qualidade do produto

será considerada sob a ótica dos atores, conforme revelada nas entrevistas, em especial a dos críticos literários. Entretanto, cumpre mencionar que, como parte da fase preparatória dos roteiros de entrevistas, procedeu-se a uma análise de conteúdo da produção de autores e ilustradores entrevistados. Assim, embora não determinante para as análises efetuadas no corpo do trabalho, a opinião do pesquisador sobre a qualidade do produto foi importante para contextualizar a avaliação dos atores.

Cumpre ressaltar que todo o processo de coleta e análise de dados desenvolveu-se em interação dinâmica, retroalimentando-se constantemente, conforme os dados inicialmente levantados iam sugerindo outras investigações importantes para o esclarecimento do problema em estudo ou iam sendo confrontados com outras fontes.

As informações resultantes da análise documental serviram de subsídio para a formulação do roteiro das questões das entrevistas e foram, também, critério para a seleção das pessoas a serem entrevistadas, dentro da categoria de autores e ilustradores.

2.3.2.2 *Entrevista/depoimento*

A escassez de dados documentais disponíveis indicou que uma ênfase maior deveria ser dada às informações obtidas pelo depoimento de pessoas envolvidas diretamente com o problema em estudo. Com esse propósito e tomando-se como referência metodológica a experiência no CPDOC (Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil)² relatada por Camargo elaborou-se um programa de entrevistas acreditando-se

² A proposta do CPDOC, relatada por CAMARGO, 1978, p. 293 é estudar o sistema político brasileiro através do ator, utilizando-se das técnicas de História Oral.

ser possível conhecer a instituição através do ator. Diz a autora: "... sendo ele [o ator] indissociado e indissociável do sistema, poderemos recuperar um pelo outro, atentos às conexões que se tecem entre ambos". (CAMARGO, 1978:293)

A contribuição histórica de um programa de entrevista é notável, e assim revelou-se neste trabalho, sobretudo se associado a outras técnicas pois, "nas entrevistas gravadas", diz ainda Camargo,

"a fonte histórica é o homem e sua memória, reavivada pela presença ativa do entrevistador-pesquisador. Tal como em um discurso, ou em uma correspondência trata-se de uma versão parcial e pessoal de situações e acontecimentos sob interferência da ideologia. Mas enquanto em cartas ou discursos a ideologia se cristaliza no momento em que foi gerada e por isso registra reações concomitantes ao(s) evento(s) a que se reporta, em memórias ou entrevistas, a reconstituição é total, e a ideologia se movimenta, deslocando suas fronteiras, pois o ator reinterpreta antigas percepções e sentimentos, em função de uma situação presente".
(CAMARGO, 1978:293)

A escolha das categorias de sujeitos para as entrevistas se fez procurando-se alcançar um quadro representativo dos agentes que ocupam posições diferentes no campo de produção e divulgação do livro infantil.

Quatro categorias de profissionais foram identificados em uma primeira seleção, quais sejam,

- Editor
- Autor
- Ilustrador
- Crítico literário

A medida que as entrevistas iam sendo realizadas outros nomes considerados importantes no processo de editoração do produto em questão foram sendo sugeridos de modo que mais três categorias foram incluídas:

- Presidente da Câmara Mineira do Livro
- Advogado autoralista
- Consultor para assuntos internacionais para Editora

Dentro de cada categoria a escolha do sujeito se fez segundo os seguintes critérios:

Editor - pessoas envolvidas no processo de decisão da empresa, no que se refere à edição, no período em estudo. Foram identificadas e entrevistadas 5 pessoas relacionadas à Editora Lê e 2 pessoas relacionadas à Editora Miguilim.

Autores/ilustradores - os elementos norteadores da seleção e determinação da amostra de autores e ilustradores, reunidos num só quadro amostral (Anexo 1), foram os seguintes:

- ter obra publicada pelas Editoras em questão (Lê e/ou Miguilim)
- posição no campo editorial, determinada pelo reconhecimento da crítica e/ou pelo volume de produção.
- especialização profissional.
- área geográfica - residir em Belo Horizonte-MG ou em Vitória-ES, como critério facilitador da pesquisa em relação a custo/tempo.

Críticos literários - buscou-se identificar pessoas com destaque nacional na área da crítica literária. Como resultado foram

selecionados 6 nomes, sendo 2 do Estado de São Paulo, 2 de Minas Gerais e 2 do Rio de Janeiro. Duas pessoas dessa categoria foram entrevistados pessoalmente e duas outras deram seu depoimento por escrito, solicitado através de carta (anexo 2). Dentre os 6 nomes selecionados inicialmente 2 (dois) não atenderam à solicitação do pesquisador.

O atual Presidente da Câmara Mineira do Livro, um advogado especialista em Direito Autoral e uma autora/pesquisadora residente na França que presta serviços ocasionais à Editora Lê como consultora para Assuntos Internacionais deram seu depoimento através de entrevista.

As entrevistas foram realizadas no período de Julho de 1992 a Abril de 1993, em Belo Horizonte, Vitória e São Paulo. Os depoimentos por escrito foram recebidos até Abril de 1993, de São Paulo, Uberaba-MG e Rio de Janeiro.

No decorrer da análise dos resultados, ficou resguardado o anonimato dos depoentes, identificados apenas com uma abreviatura correspondente à sua categoria. Assim,

Editor = (Ed)

Autor = (Aa)

Ilustrador = (Il)

Advogado autoralista = (Ad)

Presidente CML = (Pres. CML)

Consultor para assuntos internacionais = (Cons.)

Procedimentos da entrevista

a) o roteiro.

Roteiros diferenciados para as diversas categorias de profissionais entrevistados (anexos 3 a 7) foram preparados a partir de um quadro conceitual construído com base no referencial teórico e apoiando-se nos dados levantados através da análise documental.

Considerou-se adequado, tendo em vista o tipo de problema investigado, a aplicação de esquemas mais livres, menos estruturados, típicos da entrevista semi-estruturada que, nas palavras de Roger BASTIDE, permitem saber mais da realidade, "mesmo que sob aparente desordem do que entrevistas muito dirigidas ou questionários". (KOMINSKY, 1986:38)

Contudo, a liberdade de percurso no desenrolar da entrevista, fixando-se para cada ator uma estratégia, não foi arbitrária, apoiando-se, ao contrário, numa preparação minuciosa que envolveu diversas etapas, algumas específicas da problemática em estudo, além de outras que a bibliografia consultada recomenda. (ANDRÉ, 1984).

Um teste preliminar foi feito com os roteiros básicos para autores e ilustradores, por serem dirigidos a uma amostra mais diversificada³ de entrevistados. Esse pré-teste deu ensejo a modificações pouco significativas na estrutura das perguntas mas foi importante para a avaliação do tempo da entrevista que deveria ser mais dilatado que o inicialmente previsto.

³ Diversificada do ponto de vista da tipologia dos autores/ilustradores (autores novos, consagrados, premiados, etc.) com diferentes aproximações com a questão em estudo.

b) a motivação dos entrevistados/depoentes e a aplicação da entrevista.

Após a aceitação inicial dos depoentes selecionados as entrevistas foram realizadas tanto em residências quanto nos locais de trabalho e até mesmo em ambientes de grande trânsito como na 12^a. Bienal do Livro em São Paulo e no Congresso Internacional de Leitura, em Belo Horizonte, sem que isso prejudicasse o desenrolar da conversa. Pelo contrário, nesses casos, o mundo de leitores que desfilava em torno dos stands era um sinal a mais a evocar a memória dos autores. Apenas um pedido (respeitado) para se desligar o gravador, num momento de opinião crítica sobre o editor/empregador atesta, acreditamos, a espontaneidade e o clima de interação em que se desenvolveram as entrevistas, sendo que, mesmo garantindo-se o direito ao anonimato, todos eles se dispuseram a "assinar embaixo" de seus relatos.

O êxito na comunicação entre entrevistador e entrevistados deve ser creditado também à circunstância peculiar da identificação da entrevista como potencial veículo para a expressão dos interesses daqueles autores e ilustradores, espaço aberto para a (auto) reflexão sobre o próprio processo de criação e como veículo para a divulgação de seu trabalho.

Longe, porém, de significar um fator negativo para a validade da entrevista esta identificação representou, por certo, um alto nível de motivação para participar da pesquisa e a disposição em cooperar com informações realmente significativas para a investigação da questão editorial, manifestada pela quase absoluta maioria dos entrevistados em todo o processo da entrevista.

c) registro das respostas.

O uso do gravador foi definido como meio mais apropriado para o registro das respostas e aceito de maneira irrestrita por todos os entrevistados, com uma única parte de depoimento em *off* a pedido do entrevistado.

Em duas situações, contudo, devido a defeitos do aparelho, as informações foram registradas através de anotações extensivas do pesquisador durante a entrevista.

Um outro depoimento, do consultor para assuntos internacionais, surgiu inesperadamente em meio a uma situação casual e, neste caso, as anotações foram feitas ao fim da conversa, transformada em depoimento.

Alguns depoimentos foram registrados em forma de correspondência ao pesquisador.

Em todos os casos procurou-se obter um registro fiel e acurado das respostas com vistas a que a parte essencial da pesquisa, a análise dos dados, se processasse da forma mais confiável e aprofundada possível.

2.4 Análise dos dados

"Embora os dados qualitativos sejam extremamente atrativos", constata MILES, citado em ANDRÉ (1983:66), sua utilização envolve uma série de dificuldades e problemas". No presente estudo, uma vez definido que os procedimentos de análise de conteúdo seriam adotados como a alternativa mais indicada para o exame do material

coletado a primeira tarefa de análise ou pré-análise, na terminologia de BARDIN (TRIVIÑOS, 1987:159), constituiu-se na organização do extenso material obtido, tarefa essa realizada paralelamente ao ato da coleta. Desse processo de inventário formal dos dados obteve-se dois blocos de materiais, classificados de início por editora e, em seguida, de acordo com a natureza das informações:

- a) os documentos internos e externos
- b) as entrevistas e/ou depoimentos

Na segunda etapa do processo de análise passou-se à descrição analítica do material e a informação nele contida foi classificada em termos da ocorrência de conteúdo ou categorias pré-especificadas, mas com abordagens diferenciadas de acordo com a natureza das informações classificadas nas letras a e b.

Assim, especificando:

- a) Documentos internos externos.

Os dados foram organizados por editora, categorizados e agrupados em quadros.

- b) As entrevistas.

Para as informações obtidas em entrevistas adotou-se, do mesmo modo, procedimentos de análise de conteúdo, mas na perspectiva mais ampla dessa técnica proposta por ANDRÉ, denominada análise de prosa. Para ANDRÉ (1983:69) a análise de

prosa representa uma alternativa para a análise de dados que reflitam "uma realidade multidimensional e passível de envolver uma variedade de significados". Cada entrevista resultou em um caso analítico, através do qual procurou-se apreender qualitativamente os valores, opiniões e posturas dos entrevistados em relação ao tema estudado. A alternativa de ação, seguindo a proposta de ANDRÉ foi tentar superar as limitações de um sistema pré-especificado de categorias tentando-se ao invés, que tópicos e temas fossem sendo gerados e/ou reformulados gradualmente, a partir do exame dos dados e de sua contextualização no estudo. Somente dessa forma tornou-se possível ir além do conteúdo manifesto dessas informações e tentar apreender e desvendar o conteúdo latente normalmente denso nas informações geradas em situações de entrevista.

O processo de sistematização, análise e descrição das informações obtidas junto aos atores foi, sem dúvida, bastante árduo, procurando-se, ao final, expressar, da melhor maneira possível, a realidade vivenciada e percebida pelos sujeitos. O passo seguinte do processo de análise resultou no cotejo das informações coligidas, reunindo-se, num mesmo contexto, os vários tipos de dados investigados, buscando-se determinar as relações existentes entre aqueles colhidos nas entrevistas e os detectados tanto nas obras analisadas quanto nos documentos gerados pela estrutura funcional das editoras. O cotejo de tais informações, complementares e divergentes, abriu a possibilidade de se compreender a complexibilidade e a multiplicidade do fenômeno estudado resultando, enfim, nas sínteses analíticas que auxiliaram no levantamento das conclusões apresentadas no presente estudo.

2.5 Estrutura do trabalho.

O presente trabalho foi dividido em seis capítulos. O primeiro introduz e justifica o tema em estudo. O segundo capítulo do qual esse item faz parte, aponta os objetivos pretendidos e aborda a questão do método, entrando em detalhamentos necessários para que se avalie as condições em que se elaborou esse documento. No terceiro e no quarto capítulos discute-se a questão da editoração no contexto da indústria cultural e faz-se uma síntese sobre o desenvolvimento do gênero da literatura infantil e juvenil no Brasil e em Minas Gerais na forma de uma revisão de literatura. A apresentação e discussão dos resultados é feita no quinto capítulo, e no sexto capítulo aparecem as conclusões do estudo.

3 INDÚSTRIA CULTURAL E LITERATURA INFANTIL E JUVENIL

"Muito mais perto da criança do que o pedagogo bem intencionado, lhe são o artista, o colecionador, o mago".

Walter Benjamin

3.1 O modo de produção dos objetos culturais: a ótica dos teóricos.

As importantes modificações estruturais no setor de produção, circulação e consumo de livros e outros produtos culturais que ocorrem na história recente do país se processam no interior de contradições inerentes à atuação da indústria cultural enquanto processo de modernização. Assim, se quisermos pensar a questão da editoração de livros infantis e juvenis nas condições atuais da sociedade brasileira, é preciso retomar alguns aspectos discutidos por teóricos da indústria cultural sobre as implicações do modo de produção no modo de ser dos objetos culturais, ponto de partida para o esforço que faremos, nos capítulos seguintes, de interpretar os dados de uma realidade específica da atividade editorial brasileira.

V pegar nomes.

Desde as reflexões de Walter BENJAMIN (1978) sobre as técnicas de reprodução da obra de arte e as consequências sociais e políticas desse progresso tecnológico, consideradas como a primeira grande teoria materialista da arte, muitas têm sido as formulações teóricas sobre a indústria cultural, analisando-se a forma de ser e de funcionar da arte e da cultura pós-auráticas.

Sabemos que para BENJAMIN a perda da "aura" da obra de arte, isto é, seu status de raridade enquanto objeto individualizado e único diante do processo das técnicas de reprodução em série é um processo que, embora inevitável, comporta aspectos positivos na medida em que cria novos padrões de percepção estética e possibilita um relacionamento das massas com as novas formas de bens culturais. Ao contrário de ADORNO e HORKHEIMER que, como citou HABERMAS, aceitaram *in totum* o diagnóstico sombrio de Weber sobre processos de modernização, BENJAMIN aceita sem dificuldades a inovação

tecnológica. Para ele, é o capitalismo que aprisiona o homem numa 'gaiola de aço', não a técnica em si mesma. Há, em BENJAMIN, vestígios de um messianismo técnico, de uma crença nos efeitos emancipatórios da técnica (ROUANET, 1992:6), que poderá atuar, no seio da sociedade, como instrumento eficaz de renovação das estruturas.

ADORNO (1969) discute criticamente essa postura de BENJAMIN, que considera otimista, alertando para o que chama de integração de consumidores, que a indústria cultural (termo cunhado por ele e HORKHEIMER num ensaio anterior), pretende alcançar, a partir do alto, de um plano sistemático tornado possível graças ao estágio atual do desenvolvimento tecnológico e à concentração econômica e administrativa nos diferentes ramos dessa mesma indústria. (Na perspectiva da integração deliberada das diferentes categorias de público-alvo, a indústria cultural, pensa ADORNO, força a união da arte superior e da arte popular, com prejuízo para ambas, uma vez que a primeira perde em seriedade pela especulação sobre o efeito e a segunda perde o elemento resistente e natural por força do controle social que passa a ser exercido sobre ela.)

O valor do EFEITO, para ADORNO o fato realmente novo da indústria cultural, "o primado imediato e confesso do efeito", seria, nos seus produtos mais típicos, calculado com precisão pelo poder econômico e administrativo em favor da preservação das estruturas vigentes. Ora, nada mais "típico" dentro desse valor calculado do efeito do que a literatura infantil e juvenil, marcada desde as origens, no contexto da Revolução Industrial Européia, pelo compromisso educativo e pelo esforço de adaptação a seu público que, enquanto faixa etária diferenciada, com interesses próprios, nascia naquele momento.

Ao adaptar seus produtos ao consumo de um público virtual, pensa ADORNO, e em larga medida determinar aquele consumo, a indústria cultural faz com que a produções do espírito deixem de ser "também" mercadoria para o ser integralmente. Nesse sentido as situações concretas da produção têm profundas implicações no modo de ser dos bens culturais. As evidências (marcas) dessa relação estão muito claras no campo da produção de livros infantis e juvenis. De fato, a literatura criada para a criança e o jovem, via de regra, não responde a uma necessidade genuína de expressão do autor, traço natural da literatura dirigida ao adulto. Resulta, sim, em algo fabricado a partir de certos pré-requisitos mercadológicos e que tem refletido, em cada época, o projeto político de sociedades que forjam para si um ideal de infância e a esta destinam produtos culturais de concepção utilitária. "Organizar, captar, seduzir, fazer a cabeça dos jovens e pequeninos" era, por exemplo, o objetivo da máquina de propaganda do nazismo, contra o qual Walter BENJAMIN (1984) responde com os seus textos sobre cultura da criança, onde insere reflexões sobre os "velhos livros infantis" e os brinquedos. Também em favor da infância, "futuro da nação", o Brasil da década de 70 assistiu ao "boom" da literatura infantil. Que varie o peso do Estado sobre os produtos culturais, o que parece não mudar na lógica da economia de mercado é que as massas destinatárias da mercadoria cultural não passam de "um elemento secundário, um acessório de maquinaria". A elas a indústria cultural oferece a satisfação confortável de que o mundo está em ordem; ao consumidor são apresentados conflitos que eles devem confundir com os seus para que, na aparência apenas, os resolva. ECO (1978) vai referir-se a esse aspecto como estruturas de consolação e que pode ser exemplificado fartamente na atual produção de literatura juvenil brasileira. "Identificação com o leitor é o grande segredo para vender livros", afirma um autor¹, enquanto as editoras

¹ PARA gostar de ler. Isto É, n. 1237, jun. 1993.

encomendam histórias sobre tudo o que supostamente interessa ao jovem: namoro, sexo, família, corrupção e AIDS. O depoimento de uma jovem de 15 anos, no mesmo artigo, é significativo: "Não espero qualidade literária de todos os autores que leio. Não penso em nada quando tenho um livro na minha frente. Leio no tranco".

Tanto no âmbito da produção como no da divulgação a indústria cultural desempenharia, portanto, o papel específico de "sedução das massas" para o consumo automatizado e obsessivo de bens culturais, transformados em mercadoria.

BOURDIEU (1982) se refere às formas de falso reconhecimento ou erros de identificação a que são levados as massas através do consumo de obras "adaptadas", mas que guardam referências calculadas à obra erudita original, que predispõem e autorizam o consumidor a tomar a cópia pelo original e o falso pelo autêntico, vivendo a ilusão de que são consumidores de bens culturais "legítimos".

Assim, realizando em bases explícitas as operações que fazem de seu produto uma imitação de uma arte anterior, autêntica e única, usando recursos de simplificação e facilitação, para atingir um público mais extenso, a indústria cultural, afirma COHN (1977), não é cultura uma vez que está subordinada à lógica da circulação de mercadorias, mais do que à sua própria, e nem indústria, porque tem mais a ver com a circulação do que com a produção.

Seria equivocado pensar, adverte ADORNO, que o consumo de produtos culturais massificados é o degrau que prepara e precede o acesso à cultura. Segundo esse raciocínio, não será a leitura de obras adaptadas e diluídas, como parecem crer muitos produtores e

animadores culturais, que levará a criança e o jovem a buscar a boa literatura. "Quero que esses garotos se divirtam enquanto lêem o que escrevi. Preparo o jovem para um salto maior na literatura," acredita um outro autor da atualidade.²

Ao contrário, reflete ADORNO, o pequeno ou nenhum valor estético desses produtos, consumidos no interior de um sistema educacional com baixo nível de qualidade, pode deturpar irremediavelmente a sensibilidade do indivíduo, bloqueando definitivamente os canais de percepção da verdadeira arte e da educação autêntica. Marcelo Paiva, jovem autor brasileiro parece concordar com o pensador alemão ao se revoltar contra a obrigatoriedade de leitura de autores "vagabundos" nas escolas. "Por quê não dão James Joyce para o estudante ler? Todo o mercado criado por essas editoras é falso"³, imagina ele, embora se saiba que sua própria obra sofra essa mesma ressalva por parte da crítica literária.

É interessante notar que apesar da visão acentuadamente pessimista quanto à dimensão massificada da arte reproduzida em série, conduzindo-o à caracterização da arte como radicalmente oposta à indústria cultural, Adorno vislumbra, ainda assim, uma via de salvação para a cultura. Ao refletir sobre o que chama de semi-educação, a educação deturpada, massificada, transformada em fonte de lucro, irmã gêmea e reaseguradora da indústria cultural, ADORNO sugere que a única possibilidade de se evitar a tempo o bloqueio das mentes seria se precocemente combatido, reforçando-se na criança ainda pequena a reflexão crítica e defendendo-se um espaço para a reflexão do adulto. Contudo,

² PARA gostar de ler. Isto É, n. 1237, jun. 1993.

³ *ibid.*

como observa FREITAG (1987), ele não explicita como isso poderia se dar concretamente nas condições dadas pelas sociedades capitalistas.

Bárbara FREITAG (1987), de sua parte, analisando até que ponto as reflexões teóricas dos filósofos da Escola de Frankfurt se aplicariam às condições específicas da sociedade brasileira, aponta alguns caminhos para se escapar à ação negativa da indústria cultural que, segundo ela, seria mais virulenta em países do capitalismo periférico, pelo despreparo das massas. Segundo FREITAG na luta contra a massificação é preciso: promover a qualificação do ensino e a valorização do professor; elevar o nível cultural e intelectual dos programas de rádio, TV e da imprensa e do movimento editorial em especial (o grifo é nosso), intensamente consumidos por uma clientela escolarizada ou não.

FREITAG quer acreditar, como BENJAMIN, em um potencial até mesmo revolucionário, inerente à lógica da indústria cultural, capaz de promover a cultura e a educação popular usando os meios técnicos de que dispõe, especialmente para a edição de milhares de exemplares de livros didáticos e para as edições da mais elevada literatura mundial, entre outros produtos culturais. Crianças aprenderão certamente melhor, julga a autora, "com histórias fascinantes, poemas de alta beleza estética, com gravuras e ilustrações bem feitas..." Considera ela que se a indústria cultural se comprometer com a qualidade do produto que lança poderá ser agente poderoso na definição dos novos padrões, do novo caráter da obra cultural, do trabalho educacional, criando atitudes novas no consumidor, tornando-o mais atento, mais crítico e mais sofisticado (sic). Desta forma, imagina ela, "a indústria cultural poderia não somente ser o agente de modificações profundas na sociedade, como um instrumento de auto-reflexão e redefinição de sua atuação e de seus objetivos na moderna sociedade". Buscando exemplos como a BBC de Londres, o Le Monde, de Paris e a nossa Embrafilme que, pelo menos no contexto em que atuam, "dão

uma contribuição inestimável para a elevação do nível cultural geral (...)", FREITAG imagina que a tese de ADORNO nem sempre precisa dar certo e de que BENJAMIN, admitindo a dialética interna da indústria cultural, acabava tendo razão: a indústria cultural pode seduzir e perverter as massas, mas pode definitivamente contribuir para superar a sua ignorância, ajudando-as a liberar-se de seus opressores internos e externos". Mas, nesse caso, a questão permanece: atuando desta maneira a indústria cultural poderia continuar sendo chamada de **Indústria Cultural**? FREITAG deixa em aberto, por enquanto...

3.2 A questão da Editoração: uma leitura de Bourdieu

Ao discutir as relações entre o campo de produção erudita e o campo da indústria cultural, campos que se estruturam e se autonomizam a partir da Revolução Industrial, BOURDIEU (1982) pensa, essencialmente, a questão da mediação entre o agente cultural e as condições dadas pelo entorno social.

Se o campo se define como o locus onde se trava uma luta concorrencial entre os atores em torno de interesses específicos de sua área de atuação, o campo específico da arte se evidencia pela concorrência em torno da questão da legitimidade dos produtos artísticos. É, pois, a crença no valor ou legitimidade da obra de arte que determina o campo de produção e de circulação dos bens simbólicos - bens ou realidades com dupla face: o valor cultural e o valor de troca definindo o seu funcionamento, a lógica de suas transformações e a estrutura das obras que produz.

A oposição mais ou menos marcada entre o campo de produção erudita e o campo da indústria cultural, evidenciada pela variação das ações de valorização da obra de arte, ou

seja, o investimento simbólico ou propaganda, se dá tanto no relacionamento com o fator econômico quanto com o público. Assim, a oposição entre arte verdadeira e arte comercial ou entre a alta cultura e a cultura de massa envolve a oposição entre empresários que procuram um lucro econômico imediato e os empresários culturais que lutam para acumular um lucro propriamente cultural, "capital simbólico", ao preço de uma renúncia, ainda que provisória, ao lucro econômico.

Numa tentativa de descrever a estrutura do campo de produção e circulação de bens culturais, estabelecendo-se as "posições" opostas, conforme formulado por BOURDIEU, pode-se afirmar que o campo de produção erudita é um sistema com um ciclo de produção longo, que produz bens culturais destinados a um público de produtores (elite cultural) enquanto o campo da indústria cultural tem um ciclo de produção curto e visa à produção de bens culturais destinados a não-produtores (o grande público). O primeiro gera suas próprias normas de produção e preocupa-se, primordialmente, com a questão dos critérios de avaliação de seus produtos cuja unidade de medida é o reconhecimento propriamente cultural no interior do grupo de pares que são, ao mesmo tempo, clientes privilegiados e concorrentes. O campo da indústria cultural, ao contrário, obedece à lei da concorrência para a conquista do mercado possível e o reconhecimento que busca é o "sucesso de público", medido pelos índices de venda ou pela notoriedade fora do corpo de produtores.

O comércio de bens simbólicos, analisa BOURDIEU, funciona, na prática, ao preço de um recalçamento constante e coletivo do interesse propriamente econômico. Assim, ao lado da busca (negada ou não) do lucro econômico, que faz do comércio de bens culturais um comércio como os outros, que deve ajustar-se a uma demanda externa, o capital realmente

legítimo para esses banqueiros culturais é o chamado capital simbólico do "prestígio" e da "autoridade".

A "negação da economia", subjacente à opção pelo campo cultural não é, contudo, uma negação real do interesse econômico nem uma máscara ideológica, pensa BOURDIEU, mas consiste na valorização máxima daquilo que denomina capital de consagração. Para o editor, como para o marchand, ser detentor de capital simbólico significa o poder de consagrar objetos (o efeito da marca) ou pessoas (tornar um autor conhecido e reconhecido através da publicação ou da exposição), portanto, o poder de dar valor e de tirar os lucros dessa operação.

O campo da arte se organiza pela concorrência em torno da questão do valor dos produtos artísticos, que se trava não somente entre os agentes (autores, escritores, críticos, editores, etc.), cujo interesse está ligado a bens culturais diferentes como a literatura acadêmica e a literatura de vanguarda, mas também nos conflitos entre agentes ocupando posições diferentes na produção de produtos da mesma espécie: autores e editores, autores e críticos, pintores e marchands. Embora a oposição entre comercial/não comercial nem sempre esteja clara nesses conflitos, através das críticas dos adversários pode-se perceber que a oposição entre os dois sub-campos é o princípio gerador da maior parte dos julgamentos que pretende estabelecer, em qualquer campo da produção artística, a fronteira entre o que é arte e o que não é. Nas palavras do autor:

"Em todas as esferas da vida artística, constata-se a mesma oposição entre os dois modos de produção, separados tanto pela natureza das obras produzidas, pelas ideologias políticas e teorias estáticas que as exprimem, como pela composição social dos diversos públicos aos quais tais obras são oferecidas." (BOURDIEU, 1982:138).

É preciso observar que esse dois campos de produção por mais que se oponham tanto por suas funções como pela lógica de seu funcionamento, coexistem no interior de um mesmo sistema. Assim é que, num mesmo sistema pode-se encontrar produtos intermediários entre àqueles gerados por referência às normas internas do campo de produção erudita, ou seja, a arte pela arte, e às obras produzidas segundo imperativos sociais externos à própria obra, a lei do mercado, responsável pelo funcionamento da indústria cultural.

No interior do campo de produção enquanto sistema de relações objetivas entre os agentes culturais e a sociedade o editor trava a luta pelo monopólio do poder de consagração, "engendrando, continuamente, o valor das obras e a crença nesse valor."

A dialética da distinção cultural constitui-se num dos princípios de estruturação do campo de produção e circulação dos bens simbólicos e orienta a produção para a busca da distinção, isto é, a busca dos temas, técnicas e estilos que

"são dotados de valor na economia específica do campo por serem capazes de fazer existir culturalmente os grupos que os produzem, vale dizer, de conferir-lhes um valor propriamente cultural atribuindo-lhes marcas de distinção (uma especialidade, uma maneira, um estilo) reconhecidas pelo campo como culturalmente pertinentes e, portanto, suscetíveis de serem percebidas e reconhecidas enquanto tais, em função das taxionomias culturais disponíveis em um determinado estágio de um dado campo". (BOURDIEU, 1982:145)

Exemplificando, a busca da distinção cultural se revela, pelas palavras de EINAUDI (1991), em um número ainda que pequeno de livros que a editora deve publicar todo ano,

livros de alto valor cultural e científico, que jogam uma aura de prestígio sobre toda a produção.

Ao consagrar uma marca de distinção algumas editoras tornam-se, de fato, uma fonte de autoridade e o privilégio de ser publicado por elas permanece uma espécie de imortalidade. Sobre esse aspecto diz ainda o editor italiano: "Um editor não deve impor seu gosto ao público mas deve conseguir que os leitores acreditem na Editora. O público deve pensar: se Einaudi lançou, deve ser um livro bom, interessante..." (EINAUDI, 1991)

Entre os dois sistemas opostos de produção de bens culturais existe uma hierarquia propriamente cultural, que fundamenta as escolhas estéticas do consumidor, permitindo-o discernir, através de sinais exteriores de qualidade, ou marcas, como, por exemplo, o nome da editora ou do diretor de teatro, ou a cadeia de rádio e TV, as "ordens de legitimidade", sentidas como níveis de qualidade. O que comumente se considera "o gosto", observa BOURDIEU, no sentido mais lato do termo, não é outra coisa senão competência necessária para apreender e decifrar índices que, ao nível mais elementar, podem ser extremamente grosseiros e totalmente extrínsecos à qualidade do produto.

Assim, a definição de uma editora como instância de consagração e a "autoridade" do editor se fundamentam nas relações do campo de produção e na relação deste com o seu entorno. Deste modo, a posição da editora no campo de sua atuação se define pelo relacionamento com:

- OS CRIADORES (escritores, ilustradores, fotógrafos, designers, etc.);
- OS PRODUTORES (indústria gráfica);

- OS EDITORES CONCORRENTES, que cobiçam os seus autores e que são mais ou menos capazes de os arrebatar;
- OS CRÍTICOS, que mencionam seus produtos com mais ou menos respeito, orientando o comprador, com seus vereditos, de maneira favorável ou desfavorável;
- O PÚBLICO, que percebe e aceita mais ou menos sua marca e lhe demonstra mais ou menos confiança, apropriando-se simbólica ou materialmente de suas obras, outorgando-lhes valor;
- O SISTEMA DE ENSINO que, funcionando como instância qualificada para a reprodução do sistema dos esquemas de percepção e apreciação dos bens simbólicos, assegura o consenso sobre o que é legítimo ou ilegítimo, sobre o que é preciso saber e o que se pode ignorar.

3.3 Uma tipologia das editoras?

As proposições de BOURDIEU (1977) sobre a espécie de capital que motiva a concorrência no interior de um campo de produção de bens culturais, capital que é, ao mesmo tempo, a condição de entrada nessa competição, fundamentaram o trabalho de Ignace CAU (1980) ao investigar as posições e as estratégias dos editores do campo editorial de Québec, Canadá. Dessa análise resultou uma classificação da atividade editorial em quatro eixos ou posicionamentos básicos, quais sejam: eixo cultural, eixo econômico, eixo cultural-ideológico e eixo cultural-econômico.

CAU se apoia no argumento de que é na sua relação com o fator econômico que as editoras definem os limites no interior dos quais se movem as políticas editoriais. Em outras palavras, é a partir da aproximação maior ou menor da editora com a lógica de

funcionamento do campo de produção erudita ou com o campo da indústria cultural, conforme analisadas por BOURDIEU, que se traçam a imagem do editor, as estratégias de produção e relacionamento com o mercado e se definem as características do produto.

Consideramos que a classificação de CAU, embora proposta para uma realidade específica, tem um campo de aplicação universal ou, pelo menos, para o campo editorial de países que atuam numa economia de mercado. No decorrer do exercício de interpretação, que apresentaremos, da atuação de duas editoras situadas em Minas Gerais, nossa análise apoia-se na estrutura proposta pelo sociólogo canadense, haja vista a percepção de que os eixos podem ser tomados como uma tipologia de editoras, passível, portanto, de ser utilizada em outros contextos e em outras propostas de estudo da atividade editorial.

Em linhas gerais os eixos de CAU estão estruturados dentro das seguintes características:

EIXO CULTURAL

As editoras situadas nesse eixo têm uma prática editorial definida pela "negação da economia", no sentido dado por Bourdieu, são fiéis à sua marca e à sua vocação primeira - o amor à literatura. As estratégias de ação desses editores e seu relacionamento com o mercado mostram uma relação estreita entre o discurso - a arte pela arte - e a prática editorial. Seu produto destina-se a um público restrito e, por ter um ciclo de produção longo, implica na aceitação do risco, inerente aos investimentos culturais que adquirem valor com o tempo. O editor cultural não publica obras de qualidade duvidosa ao lado de obras sérias nem que seja pra poder continuar publicando. Isso desvalorizaria a sua imagem. Dentro de sua estrutura financeira modesta mantém uma relação dialética entre o volume de

negócios e o tamanho da empresa, não se sentindo obrigada a rentabilizar o capital a todo custo, crescendo pelo lucro e para o lucro. Os benefícios materiais auferidos ela os investe sempre na produção de novos produtos culturais. O funcionamento quase artesanal da editora cultural permite que o editor tome conhecimento dos originais recebidos e a decisão de publicar é dele, após consultar alguns amigos que são, em geral seus autores. Não encomenda originais mas, frequentemente, recebe originais recusados por outras editoras por serem manuscritos a serem trabalhados, já que, por razões de rentabilidade os editores comerciais não perdem tempo com essa tarefa. Para a editora cultural o respeito ao livro enquanto objeto a ser tocado resulta em alto nível de apresentação gráfica, pelo tratamento cuidadoso e pelos recursos originais utilizados. Contrariamente às editoras do eixo econômico que encaram o livro como objeto de consumo como outro qualquer e que, portanto, deve escoar rapidamente antes que caia de moda e seja substituído por outro **best-seller**, o editor cultural argumenta que a literatura não pode ser tratada como novidade, precisa repousar nas prateleiras, demandando, portanto, centros de difusão mais seletivos.

As editoras culturais fazem um nome, deixam uma marca, constroem um "capital de consagração", na expressão de Bourdieu, embora não cheguem a colher plenamente os lucros econômicos desse capital simbólico, uma vez que o sistema capitalista de distribuição do livro limita a difusão da literatura que não se enquadra na lógica da renovação de estoques e na obsessão pelo novo. A não ser que a obra seja "legitimada" pela Escola.

EIXO ECONÔMICO

A característica principal da relação do editor do eixo econômico com sua prática é a preocupação declarada com a rentabilidade, com as leis de mercado. O livro é tratado como

uma fonte de lucro imediato, sem preocupação em disfarçar os princípios econômicos que motivam sua prática editorial. Entretanto, quando o editor comercial afirma que o livro ou a literatura deve implicar em lucros não está negando valor cultural aos mesmos. Ele crê, de fato, contribuir para o enriquecimento do patrimônio cultural do seu meio social tanto quanto o editor cultural, mesmo publicando livros utilitários, que atendem às necessidades cotidianas do público ou praticando a edição de enfoque jornalístico. Editores desse eixo, voltados para a publicação de obras de ciclo rápido, publicam de vez em quando obras de literatura "pela imagem de marca da casa", porque um grande editor deve publicar literatura. Mas, mesmo assim, sob a condição de que essa literatura tenha mercado.

Algumas editoras conseguem o difícil equilíbrio de publicar o livro literário ou cultural e o livro prático mas não são poucas as contradições resultantes da incompatibilidade entre as duas economias: o tipo de gestão ou de organização apropriado para produzir, distribuir e "divulgar" uma categoria de livros é perfeitamente impróprio para outra.

Mais do que nos outros eixos, afirma CAU, a estrutura financeira e o tipo de produção comandam a política da editora comercial e o seu relacionamento com o mercado. Mesmo que sejam empresas de grande porte, e a maioria das editoras classificadas no estudo de CAU sob esse eixo são de fato grandes indústrias com uma estrutura editorial de nível profissional, perfeitamente integradas às engrenagens da economia capitalista, os investimentos a longo prazo são proibidos. A produção tem, quase que exclusivamente, um ciclo de produção curto, fundadas na preocupação de minimizar os riscos por ajustamento antecipado à demanda. É comum a encomenda de originais a partir de demandas existentes ou "lacunas" no mercado, detectadas através de pesquisas. Tratando o livro como uma fonte de lucro imediato as editoras situadas nesse eixo têm, quase sempre, uma situação

Ver pg. 52
no início
do livro

problemas de distribuição. Não cedem à dialética do lucro e optam por crescer com seus próprios meios.

EIXO CULTURAL-ECONÔMICO

Os editores desse eixo se auto-definem pela recusa ao objetivo comercial, atribuindo a si mesmos o papel de comunicadores, estimuladores de debates, animadores culturais.

Pode variar a estrutura financeira e o tamanho das editoras situadas nesse sub-campo mas são casas, geralmente, preocupadas em atuar como instâncias de consagração, promovendo escritores de prestígio, embora saibam tirar um lucro econômico do capital cultural acumulado. Cedem, com certeza, à tentação (por necessidade financeira) de publicar livros utilitários, mas acreditam, em nome de seus autores e de seu público, estarem sendo fiéis à vocação primeira da casa - a cultura. Nesse sentido, tentam legitimar obras ditas fáceis aproximando-as do literário por características como "imaginação" ou "espírito de criação".

Em síntese, os principais elementos representativos do que se constitui a tipologia das editoras são apresentados no quadro a seguir.

v2

Quadro 1. Posição das editoras no campo da produção de livros segundo Ignace CAU

	Eixo Cultural-Econômico	Eixo Cultural	Eixo Econômico	Eixo Cultural-Ideológico
Característica Principal	Negação da economia, recusa ao comercial	O livro como fonte de lucro imediato	A edição como vocação, discurso ideológico	A edição como reflexo da cultura local
Imagem do Editor	Compromisso com a literatura; descobridor de talentos	Técnico; agente comercial transforma a literatura em coisa rentável	Agente social ou evangelizador	Comunicador de ideais animador cultural
Estratégias e relacionamento com o mercado	Projeto definido; fiel à marca; criar um público	Projeto amplo e flexível; editar o "rentável" seguir a lei do mercado; atender a uma demanda conhecida	Projeto definido; fiel à marca; formar mentalidades; despertar consciências	Projeto inicial aceita alterações ocasionais, para equilíbrio financeiro da editora.
Produto	Ciclo de produção longo; tiragens pouco elevadas que se escoam lentamente; apresentação gráfica cuidada e original	Ciclo de produção curto; tiragens maiores de escoamento rápido	Ciclo de produção longo; as idéias que pretendem inculcar não se sedimentam a curto prazo	Varia do produto cultural ao utilitário; grandes tiragens; linha de didáticos; coleções
Estrutura Financeira e Estrutura Editorial	Empresas pequenas; estrutura artesanal centrada na figura do editor; distribuição deficiente.	Empresas médias ou grandes; estrutura editorial profissional	Empresas pequenas, médias ou grandes; estrutura editorial profissional ou semi-profissional; impressoras - livrarias próprias	Variável
Relação com autores	Não encomenda originais; o editor lê pessoalmente os originais; "trabalha" o original com o autor	Encomenda original (pesquisa de mercado); por razões de rentabilidade não tem tempo de trabalhar o original	Pode encomendar originais para suscitar debates ou novas orientações de pensamento	Promove escritores de prestígio; tenta legitimar obras ditas fáceis; aproximadamente as do literário

A classificação de Casas editoras proposta por CAU encontra ressonância na distinção que Giulio EINAUDI (1991) faz entre "Editora-Sim" e "Editora-Não". Editor de uma das mais importantes editoras da Itália, a Editora Einaudi, lançou na cena cultural italiana nomes como Cesare Pavese, Gramsci e Italo Calvino, e tem hoje um catálogo com mais de seis mil títulos, sempre em sintonia com a alta produção de seu tempo. Para EINAUDI a verdadeira cultura, aquela para a qual fez opção como editor, é sempre renovadora, revolucionária e, de fato, os críticos consideram a Editora Einaudi como uma "editora hegemônica", no sentido de ter imposto com seus livros um padrão cultural e político que tem formado gerações e gerações de italianos.

A "Editora-Sim", na visão crítica de EINAUDI, ao invés de ir ao encontro do gosto do público, gosto tomado a priori pela indústria cultural, como já denunciava Adorno, introduz no panorama cultural as novas tendências de cada campo - literário, artístico, científico, histórico e social - e trabalha no sentido de fazer emergir os interesses mais profundos, mesmo que se vá contra a corrente. Desconsiderando o interesse epidérmico e as expressões mais superficiais e efêmeras do "grande público" a "Editora-Sim" se compromete, ao contrário, com a formação de um gosto duradouro. Por esta via forma-se também um público e, por que não, um mercado. A "Editora-Sim", pensa EINAUDI, é fruto de um projeto, de um critério orientador, de uma idéia clara daquilo que se deseja fazer desde o início. O que, entretanto, é bem diferente da idéia obsessiva de se ter um projeto, dentro do qual, por vezes, não cabe a realidade.

O maior defeito que uma editora pode ter, na opinião de Einaudi, é não ter um projeto, fazer um pouco de tudo, seguir a moda, que sempre passa. Seria esta, de fato, a característica mais marcada da "Editora-Não", que se estrutura com a finalidade de

satisfazer os desejos mais óbvios do público, com livros que não são mais que mercadoria descartável. Baseadas nesse vazio, sentença EINAUDI, as "Editoras-Não" patinam sempre no nada e não deixam traços de si mesmas.

Se comparada aos eixos de CAU a classificação de EINAUDI é mais estanque, já que polarizada, embora ele próprio admita que "na mesmíssima editora pode haver os dois tipos de livros." E revela que, na Editora Einaudi, considerada por seus membros e pela crítica como uma "Editora-Sim" pelo compromisso de mais de meio século com a cultura através dos livros 'que fazem pensar', de vez em quando "escapa um livro-não".

4 A PRODUÇÃO DE LIVROS INFANTIS E JUVENIS NO BRASIL

Um país se faz com homens e livros.

Monteiro Lobato

4.1 A inserção no Contexto Social

Na trajetória histórica do livro infantil e juvenil brasileiro os anos 70/80 se destacam como período importante de reformulação do gênero, não apenas enquanto criação literária mas, também, na perspectiva concreta de produção e consumo das obras endereçadas a esse segmento de público. Mas, para alcançar esse momento da história que nos interessa como tema de estudo uma visão retrospectiva faz-se necessária.

Uma análise ampla e sistemática do tema foi feita por LAJOLO e ZILBERMAN (1984) em *Literatura Infantil; história e histórias* que, ao examinarem as manifestações do gênero desde as origens européias, o fazem traçando um significativo painel da nossa sócio-cultura contemporânea.

Segundo esta análise, os fatores que marcam as origens do gênero literário na Europa no século XVIII, quais sejam - a dependência de movimentos de modernização social, o compromisso educativo e o esforço de adaptação a seu público - são os mesmos que contextualizam a sua evolução no Brasil, em várias fases da história nacional, alternando-se apenas as formas de manifestação.

O primeiro dado a merecer destaque é que a criação literária dirigida ao público infantil surge tardiamente no país, acompanhando uma época de modernização social e política que culmina com a Proclamação da República em 1889. Contudo, embora no início do século a sociedade brasileira, como um todo, já apresentasse "prontidão" e maturidade para a absorção de produtos culturais mais modernos e especificamente dirigidos para uma

ou outra faixa de consumidores, o volume de obras destinadas às crianças cresce devagar e, na década de 20, destaca-se a figura genial mas "quase que solitária" de Monteiro Lobato.

Se é certo que, como conceitua SILVA (1971), a editoração como atividade disciplinada, submetida a um *corpus* normativo, filosófico, ético e técnico é relativamente recente no mundo, no Brasil a história da editoração começa efetivamente com a experiência de Monteiro Lobato como editor. Pregador perseverante das regras de ação capitalista para a produção de livros, Monteiro Lobato implantou com a sua editora, a Companhia Editora Nacional, novos métodos de produção, *marketing* e distribuição de livros no país, estabelecendo novos padrões para a figura do editor, válidas ainda hoje.

E, fato que interessa ressaltar, aliando a sensibilidade de escritor à vocação empresarial, Monteiro Lobato teve o mérito de perceber a necessidade de conquistar um segmento de público mais exposto à produção alienígena, tratando de cultivar, com o êxito que se sabe, o leitor infantil.

A fase que vai de 1920 a 1945 é lembrada por LAJOLO e ZILBERMAN como um limite cronológico em que cresce a produção literária para crianças aumentando o número de obras e o volume de edições, bem como o interesse das editoras, algumas delas como a Melhoramentos e a Editora do Brasil, dedicadas quase que exclusivamente ao mercado constituído pela infância.

Seria equivocado "supervalorizar a ação do indivíduo na história" (KOSHIYAMA, 1978) já que a ação inovadora de Monteiro Lobato no campo editorial se insere num contexto mais amplo, estando ligada a fatos como o avanço da industrialização e da

modernização econômica e administrativa do país, a consolidação da classe média, a expansão da rede escolar e a nova posição da literatura e da arte após o movimento modernista de 1922.

Contudo, seu esforço de nacionalização e modernização significou, de fato, o princípio da superação de uma dependência secular brasileira no campo da atividade livreira.

Com a consolidação do gênero juntam-se a Lobato outros intelectuais de renome, a maior parte proveniente da recente geração modernista.

No período histórico dominado pela figura de Getúlio Vargas é "contra ou a favor da imagem nacional que circulavam os intelectuais" (LAJOLO e ZILBERMAN, 1984:53). Os livros para crianças, acompanhando as idéias do período, exploram o folclore e as tradições do povo, "mas numa perspectiva mais passadista e conservadora que propriamente revolucionária, inovadora ou crítica", revelando uma acentuada intenção educativa, que transforma a criação desse período, excessão feita a Monteiro Lobato e a Graciliano Ramos, numa literatura "bem comportada, podendo transitar com facilidade na sala de aula ou, fora dela, substituí-la." (LAJOLO & ZILBERMAN, 1984:87)

Com o predomínio de obras doutrinárias o saldo, negativo por um lado, se comparado às décadas anteriores, foi o menor reconhecimento artístico e a marginalização da literatura infantil nos meios acadêmicos. Em contrapartida, na esteira da urbanização e do crescimento industrial a cultura brasileira, como um todo, se beneficia, uma vez que há novas condições de produção, circulação e consumo de bens culturais, possibilitando a profissionalização de autores e editores.

Nada se compara, entretanto ao verdadeiro boom na venda de livros endereçados à criança que estoura no final dos anos 60, tendo como fator de impulsão o próprio Estado. Apoiando e agilizando entidades envolvidas com livros e leitura o poder público influencia ao mesmo tempo a iniciativa privada que promove, não por acaso, a modernização do parque gráfico nacional e começa a investir grandes capitais em literatura infantil, quer inovando sua veiculação através da propaganda direta aos professores e às escolas (VIGNA, 1978), quer aumentando o número e o ritmo de lançamento de títulos novos.

PERROTTI (1990) em "Confirmamento cultural, infância e leitura" e em outros depoimentos (LAGOA, 1990; ROSA, 1991) analisa com agudo senso crítico, as intenções subjacentes às políticas de promoção de leitura no Brasil. Para PERROTTI, embora a preocupação com a promoção da leitura infantil e juvenil no país remonte ao século XIX as iniciativas nesse sentido foram escassas até os anos 70 já que, somente as mudanças gerais ocorridas no país nas duas décadas anteriores teriam condições de alterar profundamente os processos de produção, circulação e consumo do livro endereçado à criança. De acordo com essa análise o "boom" da literatura para a infância e adolescência ocorrido nos anos 70 deve-se à conjunção de fatores interligados, quais sejam:

- a) a decisão de atrelar o país ao capitalismo internacional, dentro do projeto desenvolvimentista dos governos militares, através da valorização da criança, tida (à semelhança do que se bradava na Alemanha dos anos 30) como o "futuro da nação";
- b) o aparecimento, em 1968, de uma entidade difusora da leitura, a Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil (FNLIJ);

c) A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, nº. 5692, de 1971, que recomenda a adoção de literatura nacional no ensino de língua portuguesa, na rede escolar de 1º e 2º graus.

KRAMER (1984), em estudo sobre a pré-escola no Brasil já destacava o fato de grande parte dos órgãos voltados ao atendimento da criança brasileira terem sido criados de 1930 a 1945 e reformulados nos anos 60/70. Isso reforçaria a hipótese de que a preocupação do Estado com a criança aumenta em períodos políticos autoritários e se traduz em discurso revestido de caráter patriótico exacerbado.

Na vertente da literatura despontaram, de fato, na cena política e cultural brasileira dos anos 60/70 instituições e programas de iniciativa pública e privada, voltados tanto para o fomento da leitura e a discussão do livro infantil quanto para a distribuição generosa desse material às escolas públicas de todo o país. Datam desse período, além da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil (FNLIJ), o Programa Salas de Leitura, coordenado pela Fundação de Assistência ao Estudante (FAE), e o início do projeto "Ciranda de Livros" criado pela ação conjunta da Fundação Roberto Marinho e da empresa Hoechst do Brasil.

O Instituto Nacional do Livro (INL) é também reformulado nesse período e passa a bancar número considerável de co-edições. Com isso, analisam LAJOLO e ZILBERMAN (1984),

"... a política cultural do Estado afasta-se do anacrônico mecenatismo que fazia de cargos públicos a recompensa do escritor, e do financiamento do livro um favor pessoal. A partir de então, o Estado dá seu apoio à iniciativa privada, não mais favorecendo autores, mas grandes editoras, numa atitude, análoga à que assume frente a vários outros ramos da indústria brasileira."(p. 134)

Os ventos de renovação que bafejam a zona da literatura infantil e juvenil brasileira no período em questão, favorecidos pelos incentivos do Estado, sopram mais forte onde giram sólidos capitais aplicados à indústria do livro.

Editoras do eixo Rio-São Paulo animam-se a investir nesse segmento específico, incluindo em seus catálogos a literatura dirigida à criança (e ao jovem, em menor escala). O novo mercado, tão rendoso quanto pouco exigente, alimenta-se da repetição de velhas fórmulas literárias como é norma na literatura produzida até o final dos anos 60, herança da produção literária gerada pela cultura burguesa europeia do século XVIII.

De fato, reedita-se, num primeiro momento obras clássicas (traduções e adaptações) já conhecidas do cliente efetivo, o adulto - pais e professores - que seleciona e compra o livro para a criança, ao mesmo tempo que os editores saem à procura de novos autores e ilustradores, acenando-lhes com o novo filão, a criança elevada ao status de consumidor de livros.

Estava, desse modo, inaugurado um sistema de produção editorial mais condizente com as regras do capitalismo moderno que implica na regularidade de lançamentos no mercado e numa variedade maior de títulos disponíveis. Entretanto, tal sistema depende, para bem funcionar, de um outro elemento fundamental, qual seja, um público fiel. É assim que verifica-se, paralelamente ao investimento na produção, um esforço diversificado na ampliação (senão na criação) e manutenção de um público específico para o produto livro infantil e juvenil. Nesse sentido, o produto ganha aprimoramento gráfico e intensifica-se a divulgação, centrando-se sobretudo na escola a expectativa quanto à "adoção". É com vistas ao público escolar que as editoras começam a incluir fichas de orientação de leituras

nas obras literárias e os autores, por essa época, são convidados pelas escolas, para discutir literatura com os alunos.

Do ponto de vista quantitativo a produção anual, na década de 70, gira em torno de um milhar de títulos, o que coloca o Brasil numa posição comparável à de países com grande tradição editorial (HALLEWELL, 1985:591), entrando, de fato, na era da indústria cultural. Progressivamente o autor nacional ganha público e, em consequência, a confiança dos editores de modo que, do total de títulos publicados em 1979 (1.160 títulos), 50,5% são textos de autores nacionais contra um total de mais de 70% de traduções nos anos 40.¹

Nos meios acadêmicos a Literatura Infantil e Juvenil ganha espaço em cursos de pós-graduação e passa a ser tema de dissertações e assunto de Congressos e Seminários. A crítica literária, por sua vez, descobre o gênero e passa a distinguir uma dezena, se tanto, de autores cujo discurso, predominantemente estético, rompe com a Pedagogia e seus efeitos moralizantes. Mas, se numericamente a proposta de uma nova literatura dirigida ao público infantil e juvenil não se sobrepõe, como de resto ainda hoje, à grande massa de obras em que predomina o excesso de didatismo e a resistência a qualquer renovação discursiva ou gráfica, a década de 70 instaura, de fato, com determinadas obras, uma nova fase no modo de conceber e realizar a literatura para crianças e jovens. (PERROTTI, 1986)

Por escapar ao objetivos desse trabalho, voltado para a perspectiva da produção, não nos deteremos na análise do discurso de tais obras, aspecto esse que têm sido objeto de um grande número de trabalhos acadêmicos.

¹ Dados do SNEL, citados por HALLEWELL (1985:591)

Entretanto, é preciso mencionar que foi o lançamento de uma obra considerada inovadora pela representação realista do contexto social, **O menino e o pinto do menino**, de Wander Piroli, em 1975, que projetou Minas no cenário brasileiro do livro infantil e juvenil.

* 4.2 O papel de Minas

a) A Coleção do Pinto

A renovação temática, voltada para uma crítica mais radical da sociedade brasileira contemporânea e a ênfase nos aspectos gráficos, são dois indicadores que apontam para a marca de modernidade dos livros infanto-juvenis brasileiros dos anos 70.

Dentre as seis editoras mineiras atuando nesse período, cuja linha editorial incluía livros para crianças e jovens - Bernardo Álvares, Vega, Vigília, Lemi, Itatiaia e Comunicação, coube a esta última, a partir daquela nova maneira de conceber o livro infantil, colocar o Estado em lugar de destaque no panorama brasileiro da editoração de livros endereçados à criança e ao jovem.

O depoimento de críticos literários de renome nacional² dá a medida da importância desse fato. Afirma um entrevistado:

² Ao se reconstruir a história de Minas buscou-se informações em fontes sedimentadas mas houve também a recorrência a informações orais dada a significação dos depoimentos de estudiosos da literatura infantil que vêem a importância de Minas na produção recente de livros infantis e juvenis.

"Acho que o movimento editorial em Minas na área da Literatura Infantil e Juvenil, na verdade, não começa nos últimos dez anos. Eu acho que tem um momento importante nos anos 70 que foi o aparecimento da Editora Comunicação com a linha da Coleção do Pinto que tinha uma vertente específica, que motivou discussões específicas e projetos específicos. Minas vem há algum tempo entrando pra valer no circuito da produção editorial pelo menos na área infanto-juvenil, buscando ter um peso e uma presença pelo menos tão grande quanto a do Rio." (Cr. L-N.2)

Outro depoente enfatiza que

"A Coleção do Pinto, da Editora Comunicação, marcou a história da editoração de livros para a infância e a história mesmo da literatura para a infância, inclusive pela celeuma que levantou." (Cr.L-N.1)

Embora o editor responsável pela Editora Comunicação tenha sido, na época, objeto de críticas, a importância histórica da Coleção do Pinto, é destacada por outro entrevistado:

"Na década de 70 André Carvalho, enquanto jornalista, com faro para a notícia, colocou a literatura infantil nos jornais, transformou-a em notícia. Mesmo que a produção literária e o trabalho editorial de André Carvalho sejam discutíveis, a Coleção do Pinto foi, de fato, um marco editorial em Minas." (Pres. CML)

O menino e o pinto do menino, de Wander Piroli, inaugurava, em 1975, a Coleção do Pinto, da Editora Comunicação. A representação realista de temas pouco usuais em obras infanto-juvenis, como a morte, sexo, divórcio, poluição, entre outros, provocou um debate, muitas vezes radicalizado, nos círculos ligados à educação e à literatura, debate alimentado pela figura polêmica do editor, autor e comunicador André Carvalho.

A proposta da Editora Comunicação, narrada pelo próprio editor, é aqui resgatada:

"Quando, num determinado momento de minha vida profissional, resolvi partir para a edição de livros, o que eu queria era fazer livros brasileiros. A partir daí eu comecei a fazer livros infanto-juvenis numa editora chamada Comunicação, onde eu me proibia, terminantemente, de publicar livros de velhas avozinhas ou professoras aposentadas que achavam, porque tinham grande trato com crianças, eram também escritoras infantis. Eu tinha um respeito enorme pela criança e, via Gurilândia, o suplemento do jornal "O Estado de Minas" que eu dirigia, percebia como a criança era bem diferente do ser tatibitate e pouco capaz de entender os grandes fenômenos do mundo, que era a forma com que a maioria da literatura brasileira de então tratava a criança. Havia muito livro estrangeiro de boa qualidade mas, distantes da realidade da criança brasileira [...] Então, realmente, o livro estrangeiro para crianças, no Brasil, só predominou até o momento em que alguém imaginou que deveria existir apenas [sic] o livro brasileiro para a criança brasileira. A literatura infantil para mim não é apenas literatura, se ela for uma boa aventura bem conduzida, sem provavelmente os critérios acadêmicos do que é literatura, ela será lida com enorme prazer pela criança. Então era essa a idéia que eu tinha de criança. Eu achava que a criança podia ler sobre a morte ... um menino ou uma menina de 13 anos podia ler sobre sexo, ele poderia e deveria ler sobre medo, ele precisaria ter uma literatura que falasse da angústia que é viver numa cidade grande [...] Ai eu criei uma coleção chamada Coleção do Pinto que ganhou todos os prêmios possíveis e imagináveis durante uma década. (CARVALHO, 1993)

A celeuma provocada pela Coleção do Pinto, cuja abordagem temática feria mentalidades mais conservadoras, alcançou momentos de tensão numa Bienal do Livro (1978 ou 1980?) em São Paulo. O fato é assim comentado por André Carvalho:

"Eu não lembro mais qual Bienal, eu sei que uma pessoa maravilhosa, a Lenira Fraccaroli, que já fez um bem enorme para a literatura brasileira, criou as melhores bibliotecas que o Brasil tem até hoje que é a rede paulista de bibliotecas... mas a Lenira é uma pessoa que não aceitava esse tipo de literatura e pediu a proibição da Coleção do Pinto. Ai a coleção estourou em todas as

TVs e jornais do país, com páginas inteiras e vendeu muito, muito, mesmo. A Editora Comunicação, cujo principal produto era a Coleção do Pinto chegou a ser uma grande editora."(CARVALHO, 1993)

A proposta da Editora Comunicação incluía, além da inovação temática, a utilização de estratégias editoriais até então pouco consideradas na editoração brasileira, como a encomenda de obras. Sobre esse aspecto acrescenta o editor, talvez supervalorizando a própria atuação:

"... a grande renovação que eu acho que fiz, e que partiu de Minas mas que hoje é feita por todas as editoras do país é encomendar livros. Considerava-se até então um sacrilégio alguém dizer para um autor: 'Faça um livro assim, assim e assado'. Considerava-se que o autor era tão soberano e tão dono da sua criatividade que ele só seria reconhecido se chegasse na editora com algo que ele criou na sua solidão." (CARVALHO, 1993)

Como nasce a idéia de uma coleção? Sintonia com os fatos da atualidade? Resposta às demandas do mercado? Repetição de fórmulas que deram certo? Ou ainda, pelo feeling do editor? É interessante conhecer a história, com sotaque mineiro, da Coleção do Pinto:

"A Coleção do Pinto começou com um livro do Wander Piroli que já estava escrito. Ele me mostrou um conto que ia sair num livro de adultos, O menino e o pinto do menino, para a Editora Civilização Brasileira. Me deu aquele estalo; "-Wander, você fez a literatura juvenil nova do país". Eu já tinha a Editora [Comunicação] eu estava catando autores, a Editora era novíssima. Ele falou: " - Você tá doido André, o pessoal vai mandar nos prender, um livro que termina com "puta que pariu", isso não é coisa de criança não, eles vão nos prender!" Eu falei: '-Wander, me dá esse livro. Eu vou editar esse livro para criança'. Ele é muito brincalhão e falou: '- Não, você é irresponsável demais, me dá esse trem prá cá, eu te dei esse livro para você ler, só pra você falar se tá bão'. Eu respondi: " - Não está bom, não, isso é a nova literatura infantil brasileira. Isso é a nova comunicação com a criança. Menino tá cansado de besteira,

Wander". E ele: "- Que isso André, menino não vai ler isso nunca". Eu falei: '- Deixa eu editar?'. E ele concordou: '- Deixo, uai'. Ai eu editei. E aconteceu o que aconteceu: todo um fenômeno nacional. A partir daí o grande problema era o seguinte: não havia um segundo livro para a coleção. O Wander é que fez. Não havia o terceiro, não havia o quarto, ninguém escrevia daquele jeito. Ai eu peguei o telefone e comecei a encomendar títulos, prática que eu continuei na Lê e estou continuando na Editora do Brasil de Minas Gerais." (CARVALHO, 1993)

O comentário brincalhão de Wander Piroli ao dizer "eles vão mandar nos prender" remete à questão da censura prévia para produtos culturais, vigente na época da publicação de *O menino e o pinto do menino*. Discute-se se o boom da literatura infantil e juvenil não teria tido como um fator impulsionador a própria censura política que, cerceando a criação artística dirigida ao público adulto, condicionava a força criativa de nossos artistas para a produção cultural para a criança, estando esta menos sujeita ao olhar vigilante dos censores.

Quando interrogados sobre os fatos subjacentes ao desenvolvimento da literatura infantil e juvenil, no Brasil e em Minas, nos anos 70/80, os atores participantes do processo, entrevistados para este trabalho, se posicionaram de maneira cautelosa:

O elemento cultural sobressai como explicação mais provável na formulação de um entrevistado:

"Eu diria que é mais amplo do que propriamente a Lei 5692. Foi quase que um fermento cultural que a sociedade passou por ele e que teve esta repercussão: um interesse maior pela literatura, e na escola um interesse maior pela literatura infantil. Isso foi muito claro a partir de 84, esse crescimento. [...] E, houve vários fatores, inclusive uma atuação maior do Instituto Nacional do Livro, houve uma atuação maior do MEC no sentido de doar livros às

bibliotecas escolares ... então foi, realmente, um conjunto de fatores que levou a esse crescimento". (Ed. N-4)

Um posicionamento diferente revela-se neste outro depoimento:

"Alguma relação entre o momento político e a literatura infantil ... É provável, mas eu não percebia assim, não. É provável, pode ser uma percepção hoje, dos analistas na área, mas eu não percebia assim, não". (Ed-N.1)

A mesma hesitação em estabelecer a ligação com o contexto sócio-político da época depreende-se da reflexão de outro entrevistado:

"O desenvolvimento da literatura infantil nas décadas de 70/80 foi um reflexo do que acontecia no exterior nesse campo. Não vejo relação desse desenvolvimento com o processo político do país no mesmo período." (Ed. N-6)

Se tais formulações sugerem um comprometimento com a ótica conservadora do processo histórico, no depoimento de outro entrevistado, é o modelo capitalista mais avançado que se implanta no país a partir dos anos 60 que contextualiza e explica as novas tendências da literatura infantil.

Nesta perspectiva, afirma-se:

"... Provavelmente isso vem da década de 60 prá cá. Foi quando começou realmente, a se perceber duas coisas que me chamam muito a atenção na área de marketing: uma é a força dos meios de comunicação de massa e outra, um segmento muito grande de mercado, que até esse momento não tinha sido contatado, exatamente por não ter um veículo de massa que o atingisse, de forma decisiva, de forma maciça. E a televisão veio fazer isso. A televisão veio atingir de forma maciça o segmento infantil. Então surgem as atividades especializadas em produzir e em vender pra

esse mercado, sabendo que tem um suporte mercadológico, que é a televisão, tem veículo de comunicação maciça que atinge uma quantidade imensa de consumidores potenciais, então justifica esse investimento no setor." (Ed.N-4)

Acreditando que é a imagem que prende a criança, pelo menos em escala maciça, prossegue:

"Quando se percebeu a influência da televisão na criança ... e como o universo da criança é um universo mágico, um universo onde a fantasia tem um papel muito grande, a literatura veio junto. Ela foi puxada ... a grande parte desse interesse pela literatura é devido também à televisão." (Ed.N-4)

Entretanto, se hoje há editores inclinados a fazer da literatura mera mercadoria, produzida e consumida segundo a lógica da sociedade de consumo, não se esgota neste modelo a representatividade de Minas no campo da produção de livros.

A Editora Comunicação foi tomada, no início desta exposição, como marco editorial no Estado, papel que realmente desempenhou. Contudo, é preciso voltar a atenção para acontecimentos mais recuados, quando já se desenhava a vocação de Minas Gerais para a criação literária dirigida à criança.

b) Minas tem uma história...

A força do projeto editorial de Minas para a literatura infantil, nos anos 70/80, não ocorre no vazio. Ela tem uma história que se fundamenta na estrutura cultural e educacional que sempre foi uma das características do Estado no plano nacional, e que tem produzido, ao longo do século, figura de destaque na área da educação e da literatura.

Um dos críticos de literatura infantil, entrevistado para essa pesquisa conta um pouco dessa história:

"A história da literatura infantil brasileira passa, obrigatoriamente, por Minas Gerais, e não é só recente, não! Bom, não é preciso ir longe! O livro de Cecília Meireles é um livro fundamental! O Problemas de Literatura Infantil foi gestado em Minas Gerais. A Cecília Meireles foi fazer uma série de conferências em Belo Horizonte para professores, por volta de 1950 e aí esse material foi publicado, foi reunido e publicado. Então, se ela estava lá, era por alguma razão, por alguma preocupação daquele espaço sócio-cultural em ouvir uma fala sobre a questão da literatura infantil." (Cr.L - N.1)

Também crítico literário e professor de literatura infantil outro depoente considera que

"A tradição de leitura em Minas Gerais, a tradição de educação em Minas é muito maior, por exemplo, que no Estado do Rio. E tem pessoas competentes, tem pessoas capazes, pessoas preparadas ... O Suplemento Literário do Minas Gerais é um movimento, quer dizer, sempre teve gente pensando e refletindo as coisas da leitura e da literatura em Minas."(Cr.L -N.2)

De fato, já na primeira parte deste século, Alexina de Magalhães Pinto era uma figura preocupada com a questão do folclore e da literatura infantil. Em vários trabalhos publicados de 1907 a 1917, na Coleção ICKS de Biblioteca Escolar, editada em Lisboa, a mineira Alexina recolhe e preserva para as crianças brasileiras um rico material representado pela cantigas, histórias, provérbios e brinquedos. Uma das pioneiras na questão da promoção da leitura no país Alexina de Magalhães Pinto escreveu, em 1917, *Esboço provisório de uma biblioteca infantil*.

No final da década de 30 é da pena de outra conhecida educadora mineira, a Professora Alaíde Lisboa de Oliveira, que nascem duas histórias que se tornam clássicas na antologia da literatura infantil do Estado, *A Bonequinha Preta e O Bonequinho Doce*. E é confiando no sucesso dessas personagens, por quatro décadas, junto às crianças mineiras que a Editora Lê reedita em 1982, a obra de Alaíde Lisboa ilustrada por Ana Raquel, iniciando como editora de livros infantis e juvenis uma trajetória marcante no cenário nacional.

Retomando o período compreendido entre os anos 20 e 40, ressalta-se, no plano nacional, o aumento da produção literária para crianças, inserido no processo de modernização da sociedade brasileira que, beneficiando a cultura como um todo favoreceu a expansão da escola e a solidificação da indústria de livros. Do ponto de vista da criação literária Minas Gerais acompanhou esse movimento e apresentou seus resultados. Entre os autores novos que despontam na mesma ocasião Lúcia Machado de Almeida e Vicente Guimarães foram os que mais produziram, cabendo porém, a Henriqueta Lisboa o livro de poesia mais importante do período, na opinião da crítica: *O Menino Poeta*, editado pela Bedeschi, RJ, em 1943.

Mas, se não faltavam talentos em Minas, os autores da época viviam um impasse: escrever e não publicar. FRIEIRO avalia essa questão em *Letras Mineiras: 1929-1936*, publicado pela Sociedade Editora Amigos do Livro, "iniciativa dum grupo de intelectuais de boa vontade, que encontraram uma fórmula engenhosa de imprimirem em Minas o que se escreve em Minas..." (FRIEIRO, 1937:147).

Revela o escritor:

"Escrever é fácil. Imprimir o que se escreve nem sempre o é. Em Minas, onde não existem empresas editoras, os originais estão condenados a repousar eternamente no fundo das gavetas se os autores não os imprimem à própria custa nas nossas tipografias roceiras." (...) Quem não queira ou não possa custear a impressão das próprias obras vê-se, pois, obrigado a procurar editor fora do Estado, o que não é fácil, nem cômodo, nem vantajoso." (FRIEIRO, 1937:7)

A consulta à **Bibliografia de literatura infantil em língua portuguesa**, compilada por Lenira FRACCAROLLI (1955) confirma que os autores mineiros mais conhecidos na linha infantil e juvenil publicavam, até meados dos anos 50, através de editoras sediadas no Rio e em São Paulo. Nesta bibliografia estão arroladas obras de autores mineiros com a chancela, por exemplo, da Francisco Alves, Editora Nacional, Alban, O Cruzeiro e Minerva, do Rio de Janeiro e Melhoramentos, Anchieta, Ed. do Brasil, Saraiva e Brasiliense, de São Paulo. Note-se que tal número de editoras dedicadas ao livro infantil só seria possível, de fato, onde estivesse em curso um processo de desenvolvimento econômico e industrial, como era o caso dos referidos centros. É ainda Eduardo FRIEIRO quem analisa as circunstâncias que dificultam a publicação da "excelente" produção literária de Minas, à época:

"O livro brasileiro vende-se mal. O livro feito em Minas não vende de forma alguma. (...) A indústria do livro nacional, muito promissora neste momento, está radicada no Rio, em São Paulo e em Porto Alegre, três grandes cidades que são também os três mais importantes centros industriais do país. O livro destinado à venda é um produto mercantil como outro qualquer: precisa de editores e distribuidores, publicidade e organização comercial, bom mercado interno e externo. Estado rural e pastoril, de população rarefeita e em grande parte analfabeta, sem grandes cidade e sem grande imprensa, Minas Gerais não oferece condições para a produção do livro, é ainda um fraco mercado livreiro. Essa a razão porque não

temos editores. Por enquanto só produzimos ... consumo."
(FRIEIRO, 1937:5)

É somente a partir da década de 60 que o Estado passa de consumidor de leitura e de criador de originais a produtor de livros, com a fundação das primeiras editoras, sinal do progresso industrial que alcança Minas por esta época. Há, por certo, acompanhando a industrialização, uma conjunção de fatores tais como o movimento migratório em direção às cidades, a ampliação da rede escolar, a expansão do comércio livreiro e a difusão de novas formas de comunicação de massa (televisão e cinema) que, favorecendo a constituição de um ambiente cultural menos dependente dos grandes centros, torna possível a criação e a sobrevivência de casas editoras.

Explorando o filão do livro lido na escola (didático ou de literatura) ou, quem sabe, expressando a vocação de Minas para a Educação, as editoras que surgem no período, Itatiaia (1952), Vigília (1960), Bernardo Álvares (1963) e Lemi (1967) voltam-se, principalmente, para a linha dos livros didáticos e/ou para a literatura infantil. É também o caso da Editora Lê que inicia as atividades como livraria em 1967, e em 1970 entra no campo de produção publicando livros didáticos.

A exceção fica por conta da Editora Vega (1968) que persegue á editoria cultural de livros de literatura até o final de 70 e que, em certo sentido, será continuada pela Editora Miguilim.

c) Fora do eixo, Minas se projeta no mercado editorial brasileiro

A forma dinâmica e inovadora com que a Editora Comunicação inicia suas atividades em 1971, dedicada exclusivamente à literatura infantil brasileira, evidencia a integração efetiva de Minas ao processo em curso no país e em nações desenvolvidas no hemisfério norte, no sentido de promover o livro, a leitura e a literatura infantil. É uma ação crescente que, nos anos 80, chama a atenção do eixo Rio-São Paulo e recebe o reconhecimento de centros culturais do país e do exterior. A projeção da produção editorial mineira no mercado nacional e internacional é ressaltada nos depoimentos que se seguem:

"... eu acho que, na verdade, era de estranhar que Minas ainda não tivesse arregaçado as mangas pra fazer um trabalho nessa área porque essa coisa vem de mais longe e isso cresceu muito nos anos 80. Acho que os anos 80 foram anos em que essa representatividade mineira se fez valer. E não somente na área editorial, acho que os autores mineiros começaram a ter uma presença grande no circuito, tanto ilustradores quanto criadores..." (Cr.L - N.2)

"Minas hoje não é simplesmente um celeiro de produção de livros, é um celeiro criador de artistas, de escritores, de ilustradores de livros pra crianças, e de alcance nacional, o que é mais importante ainda. Os vários artistas mineiros hoje são figuras de ponta na literatura brasileira e já passam o cerco, inclusive, nacional, chegando a níveis internacionais. A Ângela Lago está indo esta semana receber um prêmio na Alemanha. O Cláudio Martins, outro artista gráfico, recebeu um prêmio recentemente na França. O Bartolomeu Queirós que tem vários prêmios nacionais ... eu estive em Portugal e as pessoas me perguntavam pelo Bartolomeu ... Me perguntavam sobre a Miguilim... sobre a Miguilim, em Portugal!" (Cr.L - N.1)

Se medida em prêmios a "representatividade mineira", lembrada por Cr.L -N.2, é realmente significativa. Somente em 1990, dos seis prêmios dados pela Associação Paulista

dos Críticos de Arte (APCA), na categoria infanto-juvenil, dois foram para autores mineiros. Dos trabalhos que concorreram ao Prêmio Jabuti no mesmo ano, concedido pela Câmara Brasileira do Livro, cinco foram indicações de Minas e nove livros feitos no Estado foram premiados pela Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil (FNLIJ). Dos vinte e quatro livros indicados no mesmo ano pela revista LEIA, publicação especializada em literatura, três são de Minas. (TANURE, 1991). E não é sem motivo que Bartolomeu Campos Queirós já rompeu as barreiras nacionais, conforme nos conta Cr.L - N.1, e é considerado hoje um dos grandes nomes da criação literária brasileira: dentre aqueles três livros de autores mineiros considerados como os melhores da década dois foram escritos por ele. A propósito, foi a reedição de **Pedro**, de sua autoria, publicado inicialmente pela Editora Vega, em 1974, que inaugurou as atividades da Editora Miguilim em 1980. que pautou a sua entrada no campo da produção de livros infantis e juvenis pela alta qualidade, tanto literária quanto gráfica das obras editadas.

Pela natureza mesmo de sua proposta editorial a Miguilim desempenhou, nos primeiros anos após a fundação, um importante papel no campo editorial de Minas, incentivando, formando e lançando autores e ilustradores que, em pouco tempo, se projetaram no cenário artístico nacional. Representada pela figura de uma das fundadoras, a professora de literatura, crítica literária e livreira, Maria Antonieta Antunes Cunha, a Miguilim se fez presente num amplo programa em torno do livro e da literatura infantil, em Minas e fora do Estado, ampliando as possibilidades do mercado e abrindo caminho para outras editoras que efetivamente, se formaram ou se voltaram para o assunto no decorrer da década de 80. Tanto assim se mostraram os fatos que, além das editoras que já estavam no mercado, a Lê inaugura, em 1982, a linha infantil com a Coleção Primeiras Leituras; a RHJ (linha infantil e juvenil) e a Dimensão (didáticos e literatura infantil e juvenil) começam a

funcionar em 1984; e a Formato, que já era gráfica desde 1967 entra no mercado como editora em 1986, com uma proposta séria dentro da linha infantil e juvenil (mais recentemente também na didática), caracterizando-se por um trabalho gráfico da melhor qualidade.

Esse número crescente de casas editoras em um curto período de tempo, estruturadas basicamente em torno da literatura infantil e juvenil e do livro didático, terminou por conferir ao campo editorial de Minas um traço de especialização que, aliado ao bom nível de qualidade dos livros lá produzidos, reservou para o Estado um papel de destaque no panorama geral da cultura brasileira contemporânea.

O testemunho de um entrevistado dá a medida da importância desse fato:

"... trabalhos como o do Bartolomeu, trabalhos como o da Ângela Lago, entre outros, foram trabalhos que surgiram nessas editoras de Minas e que chegaram ao Brasil por essas editoras de Minas. Hoje são nacionais, são internacionais, a partir dessas editoras. Então, o papel delas, para mim, é uma coisa fantástica e fundamental." (Cr.L - N.1)

Sendo esse depoente também editor, conhecedor e vivenciador das forças que atuam na luta concorrencial entre os diferentes agentes culturais em torno dos interesses específicos da área de produção do livro brasileiro, suas impressões têm real importância para o delineamento da posição de Minas naquele contexto.

Assim prossegue seu depoimento:

"... A gente que acompanha essa história toda, seja publicamente, seja pelos bastidores, sabe que essa história toda é feita com muita luta, com muita dedicação, com muita briga, com muita amizade, que dizer, é todo um jogo de relações aí de pessoas, um movimento

que mostra, por outro lado, que isso aí é um processo vivo, forte, é um processo realmente de avanço. As pessoas ... quer dizer, essa agitação toda, essa fermentação, Minas conseguiu trazer isso para o país e contribuir decisivamente para a cultura brasileira."(Cr. L - N.1)

Portanto, a memória dos fatos recentes conforme nos chega através de depoimentos vivos dos atores do processo em curso e de informações documentais, nos permite afirmar que Minas, hoje, está escrevendo uma página importante da história do livro infantil e juvenil brasileiro. Mas, se o espectro dessa produção foi visto até agora na sua generalidade, far-se-á, agora, a tentativa de descrever duas experiências editoriais concretas, procurando-se desvendar as suas especificidades e o seu posicionamento no campo editorial do Estado, tendo-se, como ponto de referência as elaborações teóricas formuladas por BOURDIEU e CAU.

**5 A EDITORAÇÃO DE LIVROS INFANTIS E JUVENIS EM MINAS GERAIS:
UM ESTUDO DE CASO**

"Livros que jovens possam ler com prazer e proveito próprio são necessários em todo país, mas em nenhum lugar, tão desesperadamente, quanto num país em desenvolvimento".

Datus C. Smith, Jr.

"Que venha, sim, o livro de bela fantasia, simples e clara".

Herminio Almeyda

5.1 Miguilim e Lê: duas propostas de editoração do livro infantil e juvenil

A característica de cada editora, os organogramas teóricos e a organização prática que determinam em parte o conteúdo concreto da produção editorial estão condicionados a fatores de toda ordem, alguns destes comuns a qualquer empresa que atue dentro de uma economia de mercado, outros específicos do livro e de sua dupla condição de mercadoria e veículo cultural.

Ao tentarmos delinear a trajetória de duas editoras voltadas para a produção do livro infantil e juvenil em Minas Gerais, desde a última década, a preocupação central era, sobretudo, descobrir-lhes a "marca", a feição peculiar que faz uma editora conhecida e perceptível ao grande público, muito mais do que acompanhar o fio linear da vida das empresas no período delimitado.

Para tanto, tomou-se como diretriz a questão da mediação entre o agente social e o seu entorno, nas bases formuladas por Bourdieu e Cau procurando-se, de um lado, desvendar as representações que o editor possui acerca de sua posição no campo da produção cultural e de sua função na estrutura social, bem como das ideologias estéticas e políticas que professa. De outro lado, buscou-se impressões formuladas por autores/ilustradores, e críticos literários, procurando-se, através dos conflitos manifestos por esses agentes ocupando diferentes posições no mesmo campo de produção, entender a lógica do processo editorial em curso.

Às impressões dos atores somou-se as informações dos dados objetivos sobre a vida organizacional das casas editoras, e de seus produtos, possibilitando a construção de um perfil das Editoras Miguilim e Lê, conforme apresentamos a seguir:

5.2 Características gerais das editoras Miguilim e Lê

O quadro a seguir fornece uma visão geral das Editoras Miguilim e Lê, da época de fundação ao ano de 1991.

Quadro 2 - Visão geral das editoras Miguilim e Lê, de Belo Horizonte

Editora	MIGUILIM	LÊ
Data de Fundação	1980	1970
Linha Editorial	Literatura Infantil e Juvenil (1980)	Didáticos (1970) Literatura Infantil e Juvenil (1982); Literatura Adultos (1990) Jurídicos (1990)
Volume de produção (em Títulos) em Literatura Infantil e Juvenil	Infantil e Juvenil	Infantis Juvenis
1980 - 84	35	5 —
1985 - 89	29	76 53
1990 - 91	27	53 53
—	—	— —
Total	91	134 106
Equipe de produção para Literatura Infantil e Juvenil		
Editor Especializado Conselho Editorial	Sim 2 funcionários da Editora (1991)	Sim (Lit. infantil e adulta) 2 funcionários da Editora (1991), ocasionalmente, leitores externos
Editor de Arte	Não (free-lancer)	Sim (fixo)
Distribuição	Distribuidores contratados, em todos os Estados	Distribuidores contratados, em todos os Estados. Filiais no Rio e São Paulo
Prêmios Nacionais	- Ciganos, 1983, CBL - A mãe da mãe... 1988, APCA, FNLIJ - As viagens de Raoni, S/L, FNLIJ - Pedro, 1977, FNLIJ - Indez, 1988, FNLIJ - Cavaleiros das 7 luas, 1984-85, CBL - Problemas com o cachorro, 1982, APCA - Indez	- Terra sem males, 1985, CBL Nacionais - Truques coloridos, 1986, CBL - Menino preso na gaiola, CBL - Chiquita Bacana ... 1987, Luiz Jardim, FNLIJ
Internacionais		- Chiquita Bacana, Noma, 1987, Asian Cultural Center for Unesco, Japão. - O caso da Banana e Morandubeta, Octogone 1991, Centre International d'Etudes en Littérature de Jeunesse, França.
Título, prêmio, ano, órgão premiador		
Título, prêmio, ano, órgão premiador, país		

5.3 Representações que os editores fazem de sua própria prática: o contraponto entre o sonho de editar literatura e o mercado a ocupar.

5.3.1 Razões para a entrada no campo de produção de literatura infantil e juvenil

Duas posições antagônicas em relação aos princípios que motivam a prática editorial surgem de maneira clara no discurso dos editores interrogados¹ quando justificam a entrada nesta linha específica de produção.

O "amor à literatura" que fundamenta e justifica a posição de recusa ao interesse propriamente comercial, característica das editoras situadas nos eixos cultural e cultural-ideológico subjaz aos relatos que se seguem:

"O livro infantil, a literatura, nasceu comigo. Eu queria ter livros, eu dizia que quando crescesse eu ia fazer muitos livros, fabricar muitos livros iguais às histórias que me contavam. Livro pra mim tinha que ser igual às histórias; os que eu lia não estavam bem, eram diferentes. E essa vontade minha, que cresceu comigo, mais tarde uniu-se a outra pessoa e a gente, então, acabou fundando uma editora de livros infantis, que é a Editora Miguilim". (Ed-N.7)

O mesmo depoente revela o que, a seu ver dá mais satisfação na profissão de editor:

"Quando a gente abre um livro, lindo maravilhoso, e chega no fim do livro e não encontra aquelas barbaridades que às vezes a gráfica faz, isso é ... Então, a gente fica meses inteiros cuidando e se não encontra barbaridades ... chega perto do autor e ele diz:

¹ Foram considerados editores as pessoas ocupando atualmente ou que já tenham ocupado cargos de chefia no processo editorial das referidas editoras.

segmentos. Então ele entrou na área infantil e hoje nós estamos também na área jurídica. Isso realmente surtiu efeito porque a posição nas vendas globais da empresa era em torno de 80% nesses três meses. Hoje ela já reduziu, está em torno de 65% a 70%, ou seja, nós já rendemos o ano inteirinho, porque a literatura infantil é adquirida, ela é comprada durante o ano todo."(Ed-N.3)

A percepção de um mercado que se abria "em Minas e no Brasil" orientou a política de diversificação da linha editorial da Editora Lê, conforme se depreende do seguinte relato:

"Foi no final de 83 que aconteceu a decisão de entrar no mercado e se negociou o primeiro contato. Essa opção foi justificada pela necessidade de se atender a um segmento que estava em franca expansão: foi a época em que as escolas começaram, por assim dizer, a valorizar mais a literatura infantil ... "(Ed-N.4)

O conceito de edição, o papel social que se atribui ao editor conforme expressos nos relatos de pessoas ligadas à Editora Miguilim ressaltam a imagem do editor "découvreur", impulsionado por uma vocação, descobridor de obras e de talentos.

Nesse sentido são significativos os seguintes depoimentos:

"Olha, o editor tem que ser apaixonado, tem que viver a literatura, para motivar, mostrar às professoras que saem de um sistema falido e que querem ... porque tem professoras apaixonadas ... Então, a função do editor é mandar a receptividade, passar a beleza da literatura enquanto arte. Manter viva a chama! É importante a leitura da literatura, da arte, do prazer. Então, o objetivo da Editora é essa experiência de leitura, ler por prazer e não por obrigação. Dar a criança motivos, motivar a criança para ler por prazer, ler porque aquilo é bom. Para nós a literatura ajuda a criança a crescer." (Ed - N.7)

"O meu livro está lindo". Chega perto de uma criança e ela gostou. Então, isso é a maior satisfação como editor. É gratificante quando a criança acha o livro lindo. Quando ela fica encantada lendo o livro e pede: " - Mãe, compra, eu quero esse livro!" E ele está mesmo lindo, está uma coisa bonita, um texto passando aquelas imagens lindas! Quando casa a parte visual com o texto..."(Ed-N.7)

O posicionamento crítico em relação à qualidade literária dos livros infantis e juvenis produzidos no país até a época da fundação da Editora em questão parece ter sido, também, um elemento importante para a decisão de entrada do mercado, e aparece no depoimento de outro depoente, da mesma Editora:

"Como professora, universitária, pesquisadora, crítica literária e livreira minha preocupação maior era aprofundar a discussão sobre o problema da Literatura Infantil, unindo a teoria à prática, dando ênfase à análise de obras publicadas e em forma de original, buscando desenvolver a opinião dos participantes (bibliotecários, professores, editores e livreiros) sobre a qualidade do livro infantil brasileiro. Em 1980, a partir desse posicionamento crítico sobre a questão do livro infantil no Brasil, da produção ao espaço destinado às crianças nas livrarias, pudemos realizar o projeto de uma nova editora, voltada especificamente para a Literatura Infantil". (Ed-N.6)

A esta preocupação de natureza cultural contrapõe-se a opção para a entrada na área do livro infantil e juvenil fundamentada no interesse econômico declarado. Nesse sentido é significativo o seguinte depoimento:

"A Editora Lê é uma editora eminentemente didática, e como tal, o nosso mercado, as nossas vendas ficavam muito restritas ao período escolar, ou seja, janeiro, fevereiro e março. Ou então, em agosto, uma parte. Isso criava uma sazonalidade muito forte ... muito forte, ou seja, o que nós vivemos o ano todo é produto de janeiro fevereiro e março, e agosto. Isso criava alguns problemas com o planejamento financeiro e então o nosso Diretor-Presidente entendeu que ele tinha que fazer uma espécie de ... crescer os

ou:

"Vejo o editor como um agente cultural, preso a um compromisso social na formação de valores, e não um comerciante de livros. A Editora MIGUILIM vê como papel seu FORMAR, APRIMORAR, LANÇAR autores e ilustradores." (Ed - N.7)

ou ainda:

... eu quero dizer que eu me considero privilegiada por ser uma pessoa, nesse Brasil que ninguém lê, que gosta tanto de literatura, com tanta coragem de viver dentro da Editora e de vender livros. Eu sou apaixonada por isso e dificilmente ... eu não acredito que eu saiba disso, não. Eu acho que isso é a minha vida. Essa é a minha vida. (Ed - N.7)

A figura oposta, do editor empresário, "marchand de livres", um agente comercial que trabalha entre o escritor e o leitor no sentido de fazer da literatura uma coisa rentável, está implícita nos relatos de pessoas vinculadas à Editora Lê:

"O meu trabalho aqui na Editora consiste numa assessoria à Diretoria mas, sobretudo, na divulgação da Editora enquanto instituição... Eu divulgo a empresa enquanto Instituição e o produto é uma consequência disso, então, ao promover um evento de grande porte na área de literatura eu levo a um grupo de 300 ou 500 pessoas um contato mais próximo com o escritor, com o ilustrador, mas mostrando a literatura. O objetivo desses eventos é divulgar o hábito de leitura e, conseqüentemente, a venda do livro, a venda do nosso produto, que é o meu objetivo máximo" (Ed - N.5)

Observe-se que o papel do editor na formação do hábito de leitura, associado à ação da Escola, é ressaltado com ênfase, embora se apresente como um passo intermediário para o objetivo maior da editora, ou seja, a comercialização de livros.

Eis o que se declara a esse respeito:

"O que é importante é formar o hábito de leitura. Agora, a praticidade de trabalhar o professor é mais pelo lado prático porque o professor tem uma ascendência muito grande sobre a criança. Se ele não der aquela conotação de uma cobrança de um conteúdo, de conhecimento, se ele trabalhar bem a literatura ele forma o hábito, tranquilamente. E é o que nos interessa, quer dizer, que a criança tenha o hábito de leitura e não apenas leia aquele livro que ela tem obrigação de ler. Que pela vida a fora ela continue sendo um leitor! A nossa preocupação é essa. E que é um marketing mais sutil, também, formar o leitor. Não interessa se ele vai ler o meu livro ou não... Hoje ele está lendo o livro do concorrente, amanhã ele vai estar lendo o meu. Aí eu tenho que, além de contribuir para a formação dele, botar produtos que despertem o interesse dele." (Ed-N.4)

Sobre esse aspecto acrescenta-se ainda:

Uma das coisas das quais o nosso presidente se orgulha é essa de exercer uma tarefa meritória, no sentido de que é educação... Então, uma das coisas das quais ele sente muito entusiasmo, muito estímulo porque a área comercial é uma área muito dura, mas ele é estimulado exatamente pelo fato de que o ensino é uma das coisas que nós estamos pegando. Então ele adotou agora também o sistema de fazer cursos que seriam uma reciclagem para os professores, e junto com esses cursos sempre se faz uma divulgação dos nossos livros... (ED - N.3)

Numa perspectiva histórica, as circunstâncias em que a Editora Lê lançou os primeiros livros da linha infantil são lembradas por dois informantes, que dão ao fato uma ênfase diferente:

Revela o primeiro:

Na verdade a opção de publicar livros infantis foi anterior a 84, só que começou a dinamizar em 84. Mas a opção já havia. Inclusive, o primeiro contrato de livros infantis quem negociou fui eu, que foi o contrato de relançamento dos livros da D. Alaíde, D. Alaíde

Lisboa, que foi minha professora. Eu aprendi a ler num dos livros dela A Bonequinha Preta. Eu aprendi a ler na Bonequinha Preta. Soube que D. Alaide estava sem contrato, por ter uma filha dela que era minha colega. Conversando com a Diretoria da Empresa resolvemos fazer esse contrato com ela e relançamos em grande estilo A Bonequinha Preta, O Bonequinho Doce e Ciranda e Cirandinha que eram um livro só mas eu conversei com D. Alaide e resolvemos dividir os dois livros, dividimos em dois. Então foi essa a primeira coleção de Literatura Infantil da Lê, só que ficou parado. Depois dessa coleção ficou um bom pedaço de tempo parado, sem lançar outros.

Ao que outro informante acrescenta:

"Em agosto de 81 eu assumi a Gerência de Produção da Editora. Não existia o cargo ... o cargo de editor era mais a figura do dono da editora, do empresário. Nesse período de 81, quando eu cheguei a Editora Lê, ela não atuava na área de literatura infantil, mas tinha na Editora um contrato já assinado com a Alaide Lisboa, A Bonequinha Preta, O Bonequinho Doce, Ciranda e Cirandinha. Então, em 82, nós lançamos esses livrinhos com ilustração da Ana Raquel. Depois tivemos uma conversa com o Ronaldo Simões [Coelho] ... na realidade eu considero que ele foi que incentivou a Editora a entrar na literatura infantil. (Ed - N.2)

Subjacentes aos motivos declarados para a entrada nesta competição editorial estão o conceito que se tem de edição e de editor, a visão que se tem da criança e de seu lugar no mundo social e, por extensão, a função do livro infanto-juvenil. Sobrepondo-se a essas variáveis, está o posicionamento em relação ao fator econômico, isto é, a aceitação ou a negação da dialética do lucro, que pesa, a seu modo, sobre a organização prática de cada casa editora, do projeto às estratégias de ação editorial. Os tópicos seguintes permitem que se faça esta interrelação que define, por sua vez, o ciclo de vida ou o modo de envelhecimento da Empresa.

5.3.2 Estrutura funcional - do amadorismo à profissionalização

a. O projeto

Quando Giulio EINAUDI (1991) discute a preocupação das empresas modernas com o planejamento, procura mostrar a diferença entre o que seria um critério geral orientador, uma idéia clara daquilo que se deseja fazer, desde o início, fundamental para a coerência de qualquer editora, mas que se reconstrói no dia-a-dia, e a obsessão por um grande PROJETO, muitas vezes inoperante diante das transformações sociais rápidas e inesperadas do mundo atual.

Ao se fazer a reconstrução da trajetória das editoras Miguilim e Lê na produção do livro infantil e juvenil até o ano de 1991, é na voz dos próprios idealizadores que se foi buscar os elementos explicativos referentes a essa dimensão da atividade editorial.

Eis o que relata um deles:

"O projeto da Miguilim foi, desde o início, produzir boa literatura infantil. A boa literatura que eu sempre defendi como professora, crítica literária e livreira." (Ed-N.6)

"Abrir espaço para a função social do editor, qual seja, a de provocar recriações a partir do diálogo com autores e ilustradores, de poder apresentar sugestões em cima de originais apresentados ou sugeridos ... " (Ed-N.6)

O critério geral - a boa literatura - aparece também como orientador no depoimento de outro depoente da mesma Casa:

"O nosso projeto sempre foi fazer o MELHOR, A COISA MELHOR. O nosso objetivo é conseguir o melhor texto, um texto realmente literário, literatura em si, arte em si. Nós acreditamos que a literatura faz a criança crescer, que arte traz o crescimento. Essa é a nossa crença, esse é o nosso projeto." (Ed - N.7)

Critério esse que, na afirmativa do mesmo depoente, continua definindo a marca da editora, concebida na recusa de crescer pelo lucro e para o lucro.

"... E hoje, mais de 10 anos depois da criação da Editora, esse projeto inicial se mantém mais firme do que nunca. Sempre acreditamos ... Olha que, com essa luta toda, todos chegam perto de nós ... eu sou muito cobrada por isso: " - Por quê que vocês têm poucos títulos em 10 anos? Por que que vocês fazem só 10, 15 títulos por ano? "O ano passado nós chegamos a fazer quase 30, mas isso fazendo os atrasados... É porque nós nos preocupamos com a qualidade e não com a quantidade. Nós falamos: " - Vamos fazer 5 títulos esse ano mas 5 títulos muito bons, muito bem cuidados, muito bem feitos". Então a gente procura isso, a qualidade, não importamos com a quantidade." (Ed - N.7)

Mas é uma definição de posição que não se faz sem conflitos, assim revelados:

"O projeto inicial de se fazer o livro infantil de boa qualidade conflita com as soluções a curto prazo exigidos pela crise nacional, mas a idéia inicial sobrevive. Assim as vezes o produto final reflete a crise, mas o projeto inicial - a literatura de qualidade - sobrevive." (Ed - N.6)

A construção de um projeto pode, ao contrário acontecer a posteriori como sugere esse outro depoimento, sobre a Editora Lê:

"... não existia projeto, não ... Existia esse contrato com os livros de Alaide Lisboa, e depois dessa conversa com o Ronaldo Simões [Coelho] é que a coisa foi desencadeando naturalmente, também, sem nenhum projeto ... foi acontecendo. Foi acontecendo e depois foi tomando uma dimensão razoável dentro da linha editorial ... porque [a Lê] era uma editora de livros didáticos, não tinha outro tipo de livro a não ser o didático. Depois as coisas foram acontecendo e (...) mais ou menos cinco anos depois que a gente

começou a fazer essa literatura infantil já tinha mais ou menos uns cento e poucos livros publicados, infantis." (Ed - N.2)

b. O aprendizado

A relação dialética entre o volume de negócios e o tamanho da empresa se depreende dos relatos em que se menciona o ritmo de crescimento da produção.

Dito de outra maneira, as características estruturais da empresa tendem a se harmonizar com o tipo de produção - da produção restrita, com um ciclo de produção longo² e, à grande produção, com um ciclo de produção curto - tal como vai revelando a história das editoras investigadas. Na primeira fase do ciclo estudado, o da opção pela linha de livros infantis, ambas apresentam em comum a estrutura artesanal e a característica do aprendizado em relação à atividade editorial.

Reconhece um informante da Miguilim:

"No princípio éramos inexperientes. Achávamos que para editar livros bastava ter uma vontade imensa e fazer um monte de livros, lindos de morrer, textos impecáveis e que aquilo que era muito fácil. Como no Brasil tudo é artesanal, é uma luta, é com a marreta mesmo, a gente faz ... 99,9% de transpiração, mesmo pra fazer editora, mesmo a criação, por exemplo ... A gente pode ter um mundo de criatividade mas tem que transpirar em cima daquilo até editar. E nós reunimos aquela quantidade imensa de livros, formulamos um contrato social da Editora, registramos e entramos na luta." (Ed - N.7)

² Tiragens pequenas e escoamento de estoque relativamente longo.

Enquanto outro relato descreve o processo inicial na Editora Lê:

"Praticamente a coisa teve que ser toda gerenciada, criada e gerada ... não tinha ninguém especializado, foi se formando à medida que a coisa foi acontecendo, a gente foi também procurando saber como é que a coisa estava sendo feita nas outras editoras ... de certa forma tentando também aprimorar a coisa, tomar conhecimento através de obras já publicadas sobre literatura infantil, como é que a coisa funcionava ... um negócio interessante, um aprendizado. Um aprendizado!" (Ed - N.2)

Embora as duas editoras se iguallassem no início, na escassa experiência com o **modus faciendi** do livro infantil, o relacionamento com o fator econômico já definia posições diferentes no interior do campo editorial, determinando pontos de contato e/ou de afastamento com os pólos cultural e comercial.

c. O fator econômico definindo posições

No caso da Miguilim, a recusa ao comercial está na essência mesmo do discurso do editor, à semelhança dos empresários culturais que lutam para acumular um lucro propriamente cultural, mesmo que ao preço de uma renúncia provisória ao lucro econômico.

A esse respeito revela-se:

"No início tivemos uma sócia que é a Ana Maria Clark Peres, dentro da Editora. A livraria tinha outra estrutura, era separada da Editora. E nós lutamos com muito ... nós não fizemos um capital de giro. Nós tínhamos o dinheiro para ir fazendo, tirávamos ... nós é que éramos o capital de giro da Editora, e trabalhamos assim. A medida que podia ela ia nos pagando, a gente fazia um livro e ela ia nos pagando, a luta foi assim." (Ed - N.7)

Uma empresa editorial está tanto mais perto do polo cultural e, conseqüentemente mais distanciada do polo comercial, quanto mais ela aceita os riscos inerentes aos investimentos culturais, isto é, quando os produtos que ela coloca no mercado têm um ciclo de produção longo, cuja aceitação é uma incógnita: tanto pode acontecer a longo prazo como pode, realmente, não se efetivar. O mesmo depoente situa a Miguilim dentro deste posicionamento mais próximo do cultural quando declara:

"Nós temos livros ... o autor às vezes fica chateado porque o livro dele não vende, mas nós já sabíamos que muitos órgãos [MEC-FAE, FDE] não comprariam. Tanto nós acreditamos no texto que o publicamos, mesmo sabendo que depois o livro dele vai ser difícil de vender. É difícil para nós porque empatar capital e ele ficar aí parado ... isso é muita coragem nossa. Às vezes é um autor premiadíssimo, mas ele não atinou que aquele livro dele ainda não foi vendido porque aquilo não entra no esquema". (Ed - N.7)

E conclui, aludindo a uma lei específica do comércio de arte:

"Tem livros que pegam muito lentamente, apesar da qualidade intrínseca. ou não pegam, mesmo." (Ed - N.7)

No polo oposto, a Editora Lê faz preceder o fator econômico quando pensa a sua produção. Ou seja, zelosa do capital econômico que detém, vê os bens culturais que produz sobretudo como fonte de lucro imediato. O depoimento de um entrevistado exemplifica, com bastante clareza, a relação valor versus demanda dentro da Editora:

"A colocação de um livro no mercado, hoje, custa uma fábula, então isso exige ... um investimento muito grande, muito sério, tem que ser muito pensado. Então, se um livro que a gente pensa: 'Bom, esse livro é ótimo, mas ele vai concorrer com tais e tais, e tais e tais'. Você tem uma lista enorme de concorrentes ótimos, e

você tem um outro que às vezes não é tão bom, mas está sozinho no mercado, então tudo isso pesa na hora da decisão. Não que você vá lançar um produto ruim, mas às vezes um excelente e um muito bom, você pode ficar com o muito bom e deixar o excelente, dependendo do mercado." (Ed - N.4)

Evidenciando pontos de contato com o eixo comercial, fundamenta-se na preocupação de minimizar os riscos, ajustando-se antecipadamente à demanda conhecida que, no que se refere ao livro infantil e juvenil, é representada, no Brasil pela população escolar. Referindo-se ao Programa SALAS DE LEITURA patrocinado pelo MEC-FAE, o mesmo subentendido na fala de Ed - N.7, que distribui livros de literatura infantil e juvenil a bibliotecas escolares de todo o país, um entrevistado da Editora Lê fez a seguinte consideração:

"Isso influencia diretamente as editoras porque as escolas que não teriam acesso ao livro passam a ter; passando a ter acesso ao livro elas vão fazer ... vai haver para as editoras uma demanda maior, e é essa demanda que justifica o lançamento de um leque maior de opções, tanto em termos de autores quanto de temas, de ... possibilidades, afinal de contas, de se investir com segurança, de não ficar sem mercado para comprar o livro, que era o que acontecia antes. Então eu acho que esse fator foi decisivo para incrementar o mercado de literatura infantil no país." (Ed - N.4)

Esses dados nos permitem concluir que a negação ou aceitação das leis de mercado definem a posição das duas editoras em campos diferentes e influem, a seu modo, no tamanho e na estrutura da empresa, como se verá no tópico seguinte.

d. Estrutura editorial

A empresa que reluta em aceitar as regras de ação capitalista para a produção do livro conserva, via de regra uma estrutura editorial quase artesanal, o que, se de um lado pode gerar problemas na produção e na distribuição, por outro lado lhe permite passar pelas crises econômicas sem distanciar-se muito da definição inicial pela qualidade artística.

Contando até hoje com uma pequena equipe de pessoal, a Miguilim estruturou-se em torno de uma idéia: editar boa literatura infantil e juvenil. O depoimento de um dos sócios revela o entusiasmo em levar à frente uma proposta inovadora, que envolvia o grupo nos primeiros tempos:

"Contávamos com a nossa capacidade de ... com a nossa coragem de ir às escolas, de mostrar o texto, a capacidade de ler ... A outra sócia, com a grande experiência dela de professora, de crítica literária, de conhecedora de ilustrações ... Então, a gente, menos experiente mas com aquela loucura para poder juntar e fazer uma coisa melhor. Nós queríamos fazer melhor. Então nós juntamos isso: nós éramos o capital de giro, nós é que éramos os funcionários, nós é que fazíamos as feiras, nós é que iam às escolas. Tudo era feito por nós, com muito entusiasmo, e um contador. Tínhamos um contador, e nós. As sócias mesmo é que fazíamos ... " (Ed - N.7)

Consequência da equipe diminuta, a tendência natural foi centralizar as funções mais específicas da editoração - estabelecimento de políticas editoriais, procura e escolha de originais, diálogo com autores e ilustradores, programação visual, supervisão de produção e divulgação - na pessoa de uma das sócias, Maria Antonieta Antunes Cunha.

Doutora em Letras pela UFMG, reconhecida como uma das maiores especialistas em literatura infantil no país, Maria Antonieta, com certeza, foi responsável pela marca da

Miguilim, que a projetou no mercado editorial nos primeiros tempos após a fundação: o rigor na qualidade dos textos.

A parte administrativa da empresa tem estado, desde o início, a cargo de Terezinha Alvarenga, que consegue conciliar as funções empresariais com a criação literária, sendo ela própria uma autora consagrada no gênero infantil e juvenil com vários prêmios recebidos e obras traduzidas.

A centralização de funções, equilibrada com a contratação de *free-lancers* na área específica da edição de arte, é justificada por um depoente da Miguilim. Acredita ele que

"... há poucos profissionais no mercado da edição de livros e uma solução boa para a Miguilim tem sido contratar free-lancers na área de edição de arte. Na minha opinião a produção fica muito parecida e repetitiva quando há editor de arte fixo." (Ed - N.6)

A crise econômica que o país atravessa desde 1982 tem afetado sobretudo a vida das pequenas empresas. O mesmo depoente comenta a situação da Editora em relação a esse aspecto.

"Financeiramente bem nos primeiros anos, nós fomos abalados com a crise. Reconhecemos que a Editora Miguilim atualmente comete falhas como pagamento inadequado a autores e ilustradores, produção menos cuidada devido aos prazos menores, e até o preço definindo a qualidade do papel." (Ed - N.6)

Mas reafirmando a definição inicial pela qualidade, assim continua:

"Por outro lado, a Editora já invalidou edições inteiras pelo compromisso com a qualidade." (Ed - N.6)

Um editor concorrente, discorrendo sobre as perspectivas do mercado editorial para a década de 90, aborda também a situação da Miguilim:

"... Eu acho que o casamento do didático com o infantil é bom, um acaba ajudando o outro. Um apóia o outro e nesse sentido eu acho muito difícil uma editora que só publica literatura infantil sobreviver numa crise. (...) O mercado mineiro de uma maneira geral parece um pouco com o paulista, na medida em que as editoras de livros infantis estão ligadas ao livro didático também. A Miguilim foge a esta característica pois só publica literatura, mais ligada à Antonieta e à Terezinha, que sempre trabalharam com isso, na educação uma e a outra como autora. Então acho que é mais uma grande paixão delas, mesmo." (Ed - N.8)

A decisão dos proprietários da Lê, fundada em 1967 como livraria, de entrar no ramo editorial três anos após, publicando livros didáticos, pode estar fundada na observação de um mercado favorável à esse tipo de mercadoria naquele momento da história do país. Embora tal justificativa não conste literalmente de nenhum relato dos atores entrevistados, não é fato desconhecido que outras editoras brasileiras surgiram ou se firmaram a partir da ampliação da rede escolar de ensino de 1^o. e 2^o. graus, embutida no programa dos governos militares de modernização do país, a partir de 1964.

De fato, medidas governamentais na área educacional, para cuja reforma convergiram técnicas e verbas norte-americanas, transformaram o livro didático, por essa época, em próspero segmento da atividade editorial.

A partir de 1970 a Lê se estruturou como empresa na condição de editora de livros didáticos, inclusive com um sistema de distribuição, partindo do princípio de que a produção de livros se insere na lógica da economia de mercado, através da ação de seus empresários e

trabalhadores. Assim, em 1982, quando optou por entrar também no segmento de literatura infantil, já havia uma estrutura de empresa editorial embora, naquela área específica, houvesse ainda uma série de indefinições e um despreparo em termos de recursos humanos, como foi visto em tópicos anteriores.

Sobre a infra-estrutura já existente antes da decisão de publicar literatura infantil e juvenil informa um entrevistado:

"... E a Editora Lê já tinha a infra-estrutura para distribuição do livro didático, já tinha distribuidores em todo o Brasil, praticamente em todos os Estados, então quando ela lançou a literatura infantil já estava pronta a distribuição. Com esse sistema você fazia uma edição e praticamente já estava vendida." (Ed-N.2)

A presença do Diretor-Presidente na vida da Editora Lê é vista aqui por um funcionário da Casa, ocupando cargo de chefia. Conta ele:

"A Editora foi fundada em 1967, nesse período era uma livraria, Livraria e Editora Lê, mas o senhor José Orlando [Pinto da Cunha] que é o Diretor-Presidente, só entrou para a Editora algum tempo depois. Ele era muito jovem ainda mas eu acho que ele vislumbrou o futuro e iniciou um trabalho com muito entusiasmo, mesmo em situações adversas." (Ed - N.3)

O depoente continua seu relato, ressaltando a vocação e a capacidade empresarial do Diretor-Présidente como fatores determinantes para o crescimento da empresa. Afirma ele:

"... Eu não acredito que haja outros motivos determinantes, não. Mais, foi o fascínio que a atividade exerce sobre o presidente e ele então, sozinho ... porque ele é sócio com o pai, mas na verdade é ele que trabalha aqui ... eu sou testemunha de uma luta desigual do

ponto de vista de manter a empresa e de manter o negócio." (Ed - N.3)

E termina, fazendo um prognóstico:

"...Então é isso: eu acho que a Editora foi um início de negócio e o filho do dono, o José Orlando, entendeu que a atividade era bonita, era boa, entusiasmou-se, e eu acredito que ele ainda vai ser um grande industrial do livro ... no Brasil." (Ed - N.3)

Tendo no comando um industrial do livro compreende-se que a Editora Lê tenha evoluído para uma estrutura editorial profissional, no sentido de um organograma funcional com profissionais especializados em cada setor, tudo isto dentro de uma política de máxima rentabilidade.

Na linha de literatura infantil e juvenil esta evolução se deu na dependência da estrutura de produção do item mais rentável, o livro didático, como se pode perceber nos relatos seguintes:

"A preocupação era, realmente, com o livro didático. A literatura infantil era uma coisa que ia na garupa." (Ed - N.2)

... nossa experiência e o tipo de trabalho nosso tem uma certa racionalização que nos leva a trabalhar mais diretamente com o professor, com a escola. Isso por várias razões, uma das quais é que nós já trabalhamos a escola para levar o livro didático, então isso racionaliza o seu custo de divulgação. O divulgador que divulga o livro didático divulga também a literatura, divulga também o paradidático. Então é um custo, de certa forma, já distribuído em vários segmentos." (Ed - N.4)

E dependente também, em certa medida, da influência do profissional ocupando o cargo de Gerente de Literatura. Sobre este aspecto declarou-se o seguinte:

"Uma pessoa que deu muito apoio a essa coisa de literatura que não tinha estrutura, que foi tomando aos poucos foi, a Vivina [de Assis Viana]. Ela começou fazendo revisão pra gente, de livros didáticos, e à medida que ela foi percebendo que estava acontecendo uma literatura infantil e juvenil dentro da Editora, ela também foi se envolvendo naquilo ... tudo aconteceu naturalmente, e de repente a gente se estruturou, em termos, não é? Uma pequena infra-estrutura pra se publicar literatura dentro de uma linha realmente mais profissional ... E a gente tinha muitas idéias, inclusive a nível de realmente criar um departamento prá valer mesmo, de literatura, envolvendo mais gente, envolvendo mais pesquisa, mais criação de projetos." (Ed - N.2)

A função de editor profissional tem atualmente na Editora Lê a denominação de Gerente Editorial de Literatura e há uma condição básica para a contratação. Revela um entrevistado:

"Em primeiro lugar tem que ser um profissional conhecido na área de literatura, preferivelmente. Então, quem cuidou dessa área aqui? Foi a Vivina, foi André Carvalho. Antes o [Antônio] Eustáquio [Lima Rodrigues] como editor atuava na área, sempre. É ... na época do Eustáquio era Vivina que cuidava mais dessa área; depois da Vivina foi o ... houve um período aí que eu respondi pela área até que fosse contratado o André Carvalho. Depois, quando André Carvalho saiu veio o Lino [de Albergaria], porque o nosso período na área é pequeno, é de 84 para cá, realmente, que houve essa dinamização. Então, nesse período os três que cuidavam dessa área são todos especialistas, escritores, gente muito entendida na área." (Ed -N.4)

Sobre a equipe de produção na área infantil e juvenil explicitou-se:

"... a programação visual a gente faz questão de que ela seja feita aqui. No nosso Departamento de Produção a gente sempre tem um programador visual. O nosso pessoal tem ganho vários prêmios internacionais, por qualidade. (...) A parte de ilustração nós sempre trabalhamos com free-lancers que é o que todas as editoras

praticamente fazem. Desde a escolha do original até a hora da impressão o processo é uma equipe, trabalhamos em equipe. Tem o responsável pela diagramação, a programação visual, o ilustrador entra na fase de ilustração só, mas a parte comercial opina também sobre capas, sobre o visual, a parte comercial opina sobre lacunas no catálogo, o tipo de lançamento que deve ser feito, quer dizer, é um trabalho realmente de equipe." (Ed - N.4)

Discorrendo sobre a interação entre a Gerência de Literatura e a Diretoria Editorial, a primeira hierarquicamente subordinada à segunda, um depoente revela dados sobre a situação da Lê diante da atual crise econômica nacional. Esclarece o entrevistado:

"O Gerente de Literatura tem inteira autonomia, ele escolhe ... uma vez ou outra ele vem aqui discutir se abrimos uma nova coleção, se não abrimos, que tipo de coleção, que perspectiva isso tem para o mercado, mas fora disso ele tem inteira liberdade ... a gente tem que discutir, inclusive, sob a priorização de investimento, porque numa crise dessa o dinheiro para investir em novos produtos é muito pouco. Esse ano [1992], por exemplo, de um total de 70 livros nós deixamos praticamente a metade, lançamos aproximadamente 40 obras¹ quando o projeto era muito mais amplo." (Ed - N.4)

Sobre este aspecto outro depoente acrescenta novas informações:

"As pessoas continuam lendo mas as vendas estão caindo. Então, no caso da Lê que está lançando muito nesse ano [1992] apesar da crise, como ela é uma das poucas que têm novidades isso melhora as suas vendas." (Ed - N.8)

As imagens até aqui reveladas pelo discurso dos editores fazem acreditar, como pensa

¹ O entrevistado não especifica se esse total se refere apenas a obras de literatura infantil e juvenil ou se inclui toda a produção da Editora.

Bourdieu, que produtores culturais novos, tendo como capital apenas a sua convicção, podem se impor ao mercado defendendo valores em nome dos quais se acumula um capital simbólico.

Por outro lado, somente aqueles agentes que sabem harmonizar-se com o fator econômico poderão recolher plenamente os lucros econômicos de seu capital simbólico.

O tópico seguinte permitirá que se tenha uma impressão da coerência entre o discurso e as estratégias editoriais postas em prática, se fundamentadas na aceitação ou na negação do fator econômico. Do mesmo modo, a relação que se tem com o mercado será um indicador a mais da posição das Editoras Miguilim e Lê no campo editorial de Minas Gerais.

5.3.3 Estratégias editoriais e relação com o mercado

A estrutura da empresa e o volume de produção condicionam não apenas a política editorial traduzida na preocupação maior ou menor com o rendimento do capital; esses fatores afetam diretamente a prática editorial, da seleção de originais à divulgação do produto. Questionando-se sobre as estratégias estabelecidas para a consecução das propostas editoriais nas duas editoras encontram-se duas linhas diferentes de ação, conforme será exposto a seguir.

a. Seleção de originais

Entre os aspectos que caracterizam a atividade editorial a seleção de originais é o trabalho-base sobre o qual tudo o mais se constrói. Critérios definidos para a seleção de

originais significam pois, a condição primeira para se formar uma personalidade e integridade editoriais, ou seja, a marca de distinção que todo produtor cultural almeja.

A definição de critérios para seleção é exposta da seguinte maneira por um depoente da Miguilim:

"Existe um critério para nós: a qualidade literária. Esse é o critério. Nós escolhemos aqui um texto literário. É aquilo que ... é passar a arte com prazer, é ler com prazer porque o texto é literário. É um texto de ... o primeiro compromisso dele é com o prazer e consequentemente ele vai passar a aprendizagem, as mensagens. Isso é consequência. Mas o nosso compromisso é com a literatura enquanto arte." (Ed - N.7)

E prossegue, enfatizando:

"A gente não põe o carimbo da Miguilim num texto sem qualidade. Não há nada que nos faça publicar um texto ruim." (Ed - N.7)

Reafirmando a definição de critérios baseada na qualidade intrínseca da obra outro entrevistado acrescenta:

"Hoje os critérios para a seleção estão mais definidos, dentro de uma linha de edição mais clara. A Miguilim ousa até recusar originais de autores com mercado garantido se a obra não se enquadra nos seus critérios de edição." (Ed - N.6)

Graças ao tamanho da empresa e ao volume anual de produção o editor da Miguilim responsável pelo setor editorial, Maria Antonieta Antunes Cunha, toma conhecimento pessoalmente dos manuscritos que chegam à Editora e decide sobre o que publicar após consulta ao outro membro do Conselho Editorial formado atualmente por duas pessoas da

própria Casa incluindo ela própria. Uma consulta aos livros editados pela Editora Miguilim revela, na parte de créditos, que o número de pessoas compondo hoje o Conselho Editorial é menor que nos primeiros anos de atividade da empresa.

Contrariamente à decisão baseada em critérios intelectuais próprios do editor a respeito da qualidade literária de um original como se processa na Miguilim desde a fundação, na Lê a definição de critérios básicos para a seleção de manuscritos tem evoluído com o crescimento do setor de literatura infantil e juvenil da empresa.

Nos primeiros anos, enquanto se estruturava o setor, a seleção de originais era feita sem critérios muito claros, conforme se depreende do seguinte relato:

"Não existia essa preocupação a nível de prioridade, a nível de linha editorial, de tipo de texto, não! Era uma literatura, um texto que fosse voltado para a criança e para o jovem, então era o livro infantil e o livro juvenil. E, no início, foi através de conhecimento, através da gente estar rodando, também ... eu ia em Bienais da Nestlé, Bienais do Livro, onde estava acontecendo livro a gente estava indo atrás. E através dessas pessoas que foram se relacionando com a Editora, através de envio de originais. A gente conversa com um, conversa com outro, induzia outros autores a mandar originais para a Editora ... De repente chegou num momento que realmente tivemos que montar uma equipe para fazer essa seleção, essa leitura, porque o volume foi crescendo." (Ed - N.2)

Numa perspectiva crítica o entrevistado prossegue fazendo uma avaliação dos livros publicados nos primeiros 5 anos de funcionamento do setor:

"Foi uma coisa que foi sendo feita sem aquela preocupação de realmente você ter uma linha. Era o que você tinha disponível, o que aparecia e que você julgava que realmente era um texto que poderia contribuir em alguma coisa para a formação da criança, do caráter, da personalidade, da fantasia ... e a gente publicava! Tinha a consciência de fazer um livro, também que não fosse algo

... que não fosse nenhum desastre. Mas houve ... inclusive hoje eu considero que desses livros todos aí, o aproveitamento é muito pequeno. O aproveitamento de qualidade literária, parte do texto, mesmo. (...) Qualidade mesmo, de ilustração. A coisa foi meio amadorística, estava todo mundo começando." (Ed - N.2)

Embora a decisão final sobre o que editar caiba ao Diretor-Presidente, após a avaliação do responsável pelo setor de literatura e o parecer do Conselho Editorial, a marca dos livros infantis e juvenis da Lê tem sofrido, até certo ponto, a influência da personalidade do profissional ocupando o cargo de Gerente de Literatura. Eis o que revela esta depoimento:

"Na Editora Lê eu cheguei [em 1986] com o mesmo espírito inovador. Eu queria fazer coisas muito novas, coisas diferentes. Prossegui, de alguma forma, a Coleção do Pinto com a Coleção Transa Livre, que tem títulos em 10ª, 18ª edição. Bom, criamos uma coleção chamada Brinquelê que já está com 4 volumes e é uma coleção que eu considero extraordinária, é um brinquedo, é um livro-brinquedo mesmo, de verdade, sem nenhum interesse nem que seja lido, mas não é o livro de imagem. O livro de imagem já está existindo em várias coleções, em várias editoras. É o livro-brinquedo, é o livro pro menino brincar, é ... é ... O livro-objeto. Lancei além desta aí ... a Coleção Fórmula Lê cujos dois primeiros livros ganharam os dois prêmios mais importantes de Paris na área do livro estrangeiro do ano, o Octogone, em 1991, um pela sua beleza plástica que é o livro Morandubeté cujo projeto foi criado por um desenhista que eu considero extraordinário que é o Cláudio Martins e ... E fora isso eu dei novos nomes às coleções antigas, novos formatos, novas é ... cores ... Eu acho que quando eu faço um livro ... a gente nunca foge do que você é. Então, quando vou editar um livro em uso esse faro para sentir alguma coisa que comunica, esse desejo de que a coisa seja bonita no aspecto quase publicitário." (Ed -N.1)

Consolidando a definição de critérios para seleção o posicionamento mais atual está expresso nas declarações de outro entrevistado da Editora Lê. Esclarece ele:

"O principal critério é a necessidade do mercado, porque a empresa tem que vender para sobreviver. Então, o primeiro critério de seleção é ver se existe alguma demanda de mercado para aquele produto. Demanda de mercado tanto em termos de temas quanto em termos de faixas etárias, quanto em termos de conhecimento da concorrência. O que é que a concorrência tem?" (ED - N.4)

O ajuste antecipado à demanda torna-se possível através das pesquisas de mercado:

"Nós fazemos pesquisa de mercado muito dirigidas. São pequenas e muito dirigidas e voltadas para segmentos específicos. Então, de repente, a gente quer detectar uma tendência, por exemplo, para um determinado tipo de literatura. A gente pesquisa quais são os assuntos que estão despertando maior interesse no momento, vê qual é a relação disso com as crianças e tenta se posicionar ali dentro do mercado, se é conveniente ou não." (Ed - N.4)

Na lógica da economia de mercado cada livro produzido deve ser, antes de tudo, rentável. Este trecho da mesma entrevista esclarece o posicionamento da Editora em relação a esse aspecto:

"Então, isso é feito como critério inicial. As vezes nós temos um original de excelente qualidade, e isso acontece com relativa frequência, e não podemos editar ou porque o nosso catálogo já tem várias opções naquela área, seria mais um e nós temos outras áreas prioritárias, ou porque o mercado já está saturado daquele produto, todas as editoras tem dezenas de lançamentos naquela linha, ou, às vezes, simplesmente por falta de recursos para investir naquele momento." (Ed - N.4)

Mas as contradições que resultam da incompatibilidade entre as estratégias que pretendem se fundamentar nas duas estruturas, a cultural e a econômica, surgem com clareza nesta parte do depoimento:

"Então, um primeiro fator seria esse fator de mercado. Um segundo fator, obviamente ... os dois ... a gente fala primeiro e segundo mas não é uma questão de ordem, eles estão lado a lado, que seria o fator qualidade do produto. Isso pra nós é decisivo. Quando temos dívida nós mandamos outra pessoa ler, pagamos uma pessoa para ler ... " (Ed - N.4)

O Conselho Editorial na Lê é formado pelo Gerente de Literatura e pelo Assessor da Presidência. Ocasionalmente, como relatado acima, leitores externos, autores da Casa ou especialistas em literatura são solicitados, mediante pagamento, a opinar sobre a qualidade literária de determinados originais.

Uma estratégia editorial que identifica a aproximação ou o distanciamento com o eixo econômico é a prática de encomenda de originais.

Maria Antonieta Antunes Cunha, opinando sobre a "Coleção do Pinto" em seu livro **Literatura Infantil: teoria e prática** assim se expressa sobre a encomenda de originais:

"O que parece ocorrer frequentemente também na chamada literatura realista é que suas obras são antes projetos educativos que literatura. Várias são feitas 'sob encomenda' - o que eventualmente pode não resultar em um produto literário." (CUNHA, 1983:79)

Coerente com esse modo de pensar a Miguilim não encomenda originais, para se sentir livre para a recusa, segundo informação obtida junto aos editores, embora eventualmente possa sugerir originais. Garante um entrevistado:

"... a Miguilim 'não vai na onda', não tem uma produção modal..." (Ed - N.6)

Esta afirmação, cujo sentido subjacente evidencia a concorrência em torno da questão da legitimidade dos produtos artísticos, exemplifica o pensamento de Bourdieu quando considera que na oposição entre o campo comercial e o não comercial os agentes do segundo são levados a desqualificar os chamados "marchands du temple", que trazem para o terreno dos bens simbólicos as práticas e os interesses comerciais (BOURDIEU, 1977).

Revelando sua imagem de produtora e comerciante de livros para crianças e jovens cuja função última é proporcionar à obra literária um valor comercial relacionando-a com um mercado, a história da Editora Lê aponta para uma caminhada em direção à profissionalização no sentido de que houve, desde o início, a preocupação com um planejamento estratégico para o desenvolvimento editorial. Cinco anos após a publicação dos primeiros livros infantis o estágio de desenvolvimento do setor é descrito por um entrevistado que menciona a preocupação, naquele momento com um papel mais ativo na seleção de originais. Ele conta que:

"... nesse momento a gente estava se estruturando pra tornar a Editora, realmente, profissional e competitiva na área de literatura infantil e juvenil, já inclusive com muita gente conversada, gente de valor... autores e mesmo na área de pesquisa ... nós estávamos ... era um projeto realmente interessante. A gente estava preocupada, inclusive em não só receber os originais, mas em encomendar originais já dentro de uma proposta editorial, dentro de uma linha editorial definida..."(Ed-N.2)

A prática hoje consolidada na Lê se baseia no trabalho de equipe para o estabelecimento de estratégias editoriais. Informa um entrevistado:

" Na Editora funciona assim: há um plano editorial, que se discute, nessa discussão participa o outro responsável editorial que é o Diretor da área de didáticos, a Assessora da

Presidência, o Presidente e a parte comercial, a Direção Comercial. Então se vê quais são as deficiências do catálogo ... nós tínhamos muitos livros infantis, a grande deficiência era a parte juvenil. Então a gente abriu coleções juvenis. Demos preferência a esses livros juvenis e definimos certas linhas também, que faltavam no mercado ou que existem no mercado com outras editoras, e que fazem sucesso e a gente teria que ter uma linha paralela. Decidiu-se fazer o livro policial, de detetive que a gente não tinha. (Ed-N.8)

Nesta perspectiva os produtores são envolvidos pela dialética da distinção cultural, isto é, a busca de temas (ou técnicas e estilos) capazes de fazê-los existir culturalmente e ao mesmo tempo de fazer valer a sua "marca". A continuação do relato esclarece este ponto:

"Mas que fosse uma linha diferenciada, que não fosse igual a das outras editoras. Tentar uma linha nova e não repetir." (Ed-N.8)

Já foi visto como o posicionamento no campo da arte se define pela relação do produtor cultural com o fator econômico. Mas é também no relacionamento com o público que surge a oposição entre os dois eixos. Retornando ao mesmo depoimento percebe-se a preocupação do editor em ajustar seu produto a uma demanda pré-existente. Prossegue o relato:

"Outra coleção que a gente criou foi a de magia e mistério. Seriam livros a partir de colocações de professores em relação ao que os alunos liam. Eles estavam lendo muito Paulo Coelho. Se este autor que não é para esse público fazia um grande sucesso a gente achou que nessa linha de produtos para os mais jovens não existia coleção nenhuma, então criamos uma. Como era uma coisa nova nós fomos atrás dos autores, autores que já escreviam literatura infantil, e que já tinham uma tendência para isso, sem ser o tema principal da obra deles mas que já abordavam de algum modo. Então foram livros pedidos, teriam que ter um número mínimo e um número máximo de laudas. Às vezes os autores extrapolam, às vezes escrevem menos. Ao tema eles se adequaram (...) (Ed-N.8)

Esses dados permitem identificar os seguintes aspectos, decorrentes do processo de produção de livros infantis e juvenis da editora em questão: comprometimento antecipado da criação literária com o mercado consumidor; o mercado consumidor identificado com a escola restringindo, portanto, o leitor em potencial à criança-aluno; a interferência do editor (e de certa maneira, do professor) no processo de criação com o objetivo de enquadrá-la nos parâmetros estipulados pelo plano editorial.

As editoras, conforme sua posição no campo editorial, se diferenciam também na recusa de originais. A esse respeito informa um entrevistado da Editora LÊ:

"Se é um autor conhecido, autor da Casa, eu até procuro fazer uma carta ou um cartão explicando o porque. Mas a gente recebe originais que não têm a menor condição, é a maioria, 90%. Nesse caso a gente manda uma carta padrão, pra não perder tempo de explicar a um por um". (Ed-N.8)

Na Miguilim o processo de recusa de originais foi descrito da seguinte maneira:

"A recusa de originais é feita por carta, argumentando-se francamente com o autor, citando as qualidades e falhas da obra". (Ed-N.6)

Ao que se acrescenta a perspectiva de outro entrevistado:

"... vamos dizer que o livro que tenha mais que reescrever do que escrever, a gente não pode mesmo publicar o livro. Se ele é muito novo, inexperiente, a gente o aconselha a trabalhar mais o livro. Se ele é experiente, a Miguilim não vai dizer para o autor experiente que o texto dele deveria ser trabalhado, ou que PARA NÓS, para a Miguilim, o texto dele deveria ser muito trabalhado. Ele poderia não aceitar. Então a gente diz que não está em condições de publicar, nós não temos, atualmente, condições de publicar. E

para os novatos nós falamos: Você tem muito a dar, mas vá trabalhar mais o seu texto." (Ed-N.7)

Que conclui, enfatizando:

Então, nós fazemos isso. Nós não devolvemos o texto só porque tem um pedacinho ruim. 'Você trabalha essa parte, se você acha, você é livre!'" (Ed-N.7)

Sintetizando, pode-se dizer que há o editor que, pragmático, investe na demanda conhecida, vai ao encontro do gosto do público e pratica intensamente a encomenda de obras. Por outro lado há o editor que, por princípio, não encomenda originais e, na estrutura da empresa é ele próprio que lê e seleciona os originais, "a maioria cheia de arestas a aparar". (Ed - N.7) Uma vez de posse de um original no qual deposita algum valor, trabalha intensamente no sentido de aprimorá-lo, tanto em nível de conteúdo quanto de forma. A diferença substancial é que o primeiro tem um plano para encontrar o texto com boas possibilidades de venda e que seja também um bom texto. O segundo persegue a obra de arte, mesmo que não tenha muitas possibilidades no mercado.

b. O mercado

Pequena por opção, por resistir à dialética do lucro como outras empresas culturais, a Miguilim conquistou o seu lugar no mercado brasileiro no início dos anos 80 exatamente por impor a esse mesmo mercado uma nova posição, baseada nos princípios de uma legitimidade propriamente cultural no terreno da produção e da recepção do livro infantil. Desafiando as expectativas mais conhecidas do público começou praticando uma editoração que valorizava o trabalho literário como criação e não como mera execução.

Outro depoente confirma o destaque para a Escola, enquanto mercado:

"A divulgação é feita muito direcionada para a escola, para o aluno, para a criança que está dentro da escola. Tanto que os nossos folhetos, no nosso trabalho de divulgação há sempre uma indicação de faixa etária para o livro infantil. Inclusive nós temos um setor específico de literatura infantil que segrega as escolas de maior nível, que têm mais condições financeiras ... Escolas da classe A, justamente para um trabalho mais dirigido, então nós temos um funcionário só para fazer esse trabalho, com essas escolas. E as outras escolas são visitadas pelos divulgadores normais que nas suas passagens procuram os professores e fazem isso." (Ed - N.3)

Note-se que a instituição Escola, enquanto alvo de divulgação recebe um tratamento diferenciado. Dependendo do nível sócio-econômico da escola o produto literatura é oferecido com destaque ou, ao contrário, é mostrado "en passant" enquanto o divulgador recomenda o livro didático. Desnuda-se, assim, sem meias palavras, o papel social de mantenedora do "status quo" que a Editora Lê parece atribuir à literatura infantil e juvenil.

O mesmo setor que "classifica" as Escolas é também responsável pela promoção de eventos culturais como o Encontro Lê de Educadores, já realizado duas vezes, que "reúne de 300 a 500 pessoas" (Ed - N.5) cujo objetivo é "dar esses recados para os professores, ler pelo prazer de ler, criar o hábito de leitura" (Ed - N.4).

O objetivo desses Encontros é exposto pela ótica de outro depoente:

"O objetivo máximo é atingir um público cada vez maior, que tenha conhecimento que a literatura oferece a eles uma opção de lazer mas também uma forma de formação de opinião, de formação de senso crítico, de estímulo da imaginação e, sobretudo, eu acho que, embora os autores não gostem que a gente coloque literatura

Dentro de seu projeto cultural de editar bons livros estava implícita a idéia de criar um público leitor, para a literatura. Afirma um entrevistado:

"... nós acreditamos que a literatura faz a criança crescer. (...) Então, o objetivo da Editora é essa experiência de leitura, ler por prazer ..." (Ed - N.7)

A Livraria Miguilim, canal de divulgação da Editora, e fundada antes desta, fundamenta seu trabalho de difusora de livros e da leitura no conceito de leitura como opção de fruição artística em oposição à leitura - dever de escola. Mas, como também o investimento simbólico é passível de comercialização, a Editora Miguilim, como qualquer empresa, utiliza-se dos canais usuais para a propaganda do seu produto cultural. Prossegue o depoente na sua declaração:

"E aqui, quando sai um livro novo, aquela moça que está batendo máquina ali, ela já sabe: ela pega o caderno de endereços de críticos, ela vai lá e manda um para cada crítico. Isso é a primeira coisa que se faz, em nível nacional. Depois nós mandamos para os distribuidores. E depois a gente começa a fazer o trabalho com as escolas e com os jornalistas. Críticos e distribuidores, igualmente. Depois vêm os jornalistas e as instituições." (Ed - N.7)

Em outro trecho opina-se:

"... E nós divulgamos o nosso livro, o que é mais importante, para todos os críticos, em todos os setores nacionais e internacionais, nós mandamos os livros da Miguilim." (Ed - N.7)

Entre os signos de reconhecimento que o público indetifica na marca imposta pela Miguilim está o de uma relação nova entre o livro infantil/juvenil e cultura, e entre o livro infantil/juvenil e arte. Mas são valores percebidos sobretudo por uma elite cultural, o

público privilegiado de produtores culturais - escritores, artistas, críticos, intelectuais - que, por reconhecerem a "autoridade" da Editora constituem a melhor via de divulgação de seus produtos. Em outras palavras, o valor de consagração que a elite cultural atribui à Editora, direciona a sua política de divulgação, voltada mais para um público específico de produtores culturais que para o público em geral.

Quando se dirige ao grande público, através de seus catálogos, a Miguilim invoca os "educadores em geral" incitando-os a checar os livros e a avaliá-los por si mesmos, antes de sugerir a obra às crianças a sua volta (na escola ou fora dela). Expressam os editores em questão, na primeira página do catálogo de 1991 a sua crença de que a educação, no sentido lato, deve lutar contra a padronização, a convergência, o baixo nível de exigência e de crítica por parte dos leitores. Pensam ainda que, em leitura como na arte em geral, a idade conta menos do que muitos outros fatores (escolaridade, ambiente, experiência de vida) na escolha estética do indivíduo, e por isso não são adeptos da indicação de obras por faixa etária.

Embora não tenha ocorrido nenhuma referência ao catálogo como instrumento de divulgação nos depoimentos dos editores da Miguilim, julgou-se importante mencioná-lo *uma vez que o tipo e a forma das informações veiculadas através dele refletem a postura da editora em relação ao mercado e, numa análise mais ampla, a visão que os editores têm da criança e o papel social que atribuem à literatura.* Interessante notar, além disso, que a saúde financeira da empresa define a apresentação gráfica do catálogo. Os catálogos da Miguilim, embora muito bem elaborados e expressando com clareza e elegância os valores já citados, são pouco atraentes no aspecto visual. Nesse sentido, concorrem em desvantagem com os catálogos da maior parte das editoras brasileiras dedicadas à linha infantil e juvenil.

A estrutura financeira da Editora não permite a promoção de cursos, seminários e outros eventos culturais que paralelamente fazem a divulgação de uma empresa editorial e, até mesmo a participação em feiras nacionais e internacionais está condicionada ao custo, como relata um entrevistado;

"... Bolonha a gente participa assim, vamos dizer: a Fundação Nacional do Livro [Infantil e Juvenil] participa e então, ali, tem os nossos livros. Mas dizer que ... Eu sei que nossos livros estão expostos em Frankfurt, mas dizer que nós temos stand lá, não. Isso pesaria muito para a Editora. Tanto que de Belo Horizonte, praticamente só a Lê participou da [Bienal] de São Paulo. Mas atualmente a gente não tem ... a não ser na daqui [no Congresso Internacional de Leitura, em Belo Horizonte] que, mesmo assim, fica monumentalmente cara para a gente participar no stand daqui." (Ed - N.7)

Por outro lado os canais de informação especializada em literatura e os meios de comunicação de massa têm divulgado a presença constante de pessoas ligadas à Miguilim em eventos da área como Bienais, Feiras, Encontros, na qualidade de conferencistas, professores e membros de comissões organizadoras e julgadoras. Confirma um depoente da Casa:

"Pessoas da Miguilim são sempre convidadas, sabe? Até porque a turma da Miguilim se especializa muito, vive em estudo, vive trabalhando, então, normalmente os organizadores não têm como excluí-las."

E acrescenta, convicto:

"Não é por forçar nada, não. É um trabalho que a gente faz, todos os dias. É um trabalho inerente às nossas vidas. Nós nos

identificamos com esse trabalho com a literatura, de divulgar a literatura, divulgar os bons textos." (Ed - N.7)

O valor de consagração da Editora Miguilim pela elite cultural do país pode ser medido também através dos inúmeros prêmios literários que tem recebido em pouco mais de uma década de existência. Um editor da Casa dá a sua opinião sobre o valor do prêmio para a vida da Empresa.

"São muito importantes porque os prêmios de uma certa forma, ou de uma forma total eles mostram que a crítica está atendida no trabalho sério que nós fazemos. E isso é muito importante para a Editora. É uma forma de mostrar que o nosso trabalho é reconhecido. Eles estão enxergando o nosso trabalho. Estão preocupados com o bom texto, com o cuidado com o livro, além da qualidade do texto, a qualidade visual. Então é muito importante para a Editora. Nem sempre é o livro que vende mais." (Ed - N.7)

Se os prêmios têm um valor reconhecido pela Editora é preciso apontar que ela própria não se utiliza dessa consagração para aumentar as vendas, ignorando procedimentos típicos de *faire-valoir* como, por exemplo, a menção do prêmio na capa do livro premiado.

Sintetizando a posição da Miguilim no que se refere à sua relação com o mercado através da divulgação, é bastante significativa a confissão do mesmo depoente:

"Nós temos, nós temos a nossa divulgação, que não é como numa grande empresa. Nós somos uma empresa pequena em quantidade. Em qualidade, vamos dizer, eu sou bastante otimista, ou muito corajosa de dizer que eu acho uma maravilha. A Miguilim é uma coisa fora de série. Desculpe eu te dizer mas é o que eu acredito, é essa maravilha e eu acredito nela." (Ed - N.7)

Colocação essa que remete a Bourdieu quando imagina que a recusa altiva e um pouco ostentatória de toda concessão ao comercial é, no limite, a forma suprema de imposição de valor.

O sistema de distribuição, apontado frequentemente como o aspecto mais problemático da produção de livros dá motivo para um desabafo do depoente:

"E, em todos os Estados eu tenho o meu distribuidor. Eu mando o livro e ele divulga. (...) E ... já foi muito melhor porque de quatro anos prá cá está muito ruim. O distribuidor fica com 50%. Você fica com 40%, 10% é do autor, dos ... Do resto você vai pagar o custo do livro, o transporte, a sua Editora e no fim quando você põe na ponta do lápis você fala: 'Eu vou desistir'. Mas é aquilo que eles falam ... que eu digo: a coisa está dentro da gente. Sabendo que está uma fase difícil no Brasil, mas não é pra mim, é pra todos nós." (Ed - N.7)

Prosseguindo, dá sua opinião sobre a questão no país:

"O sistema de distribuição é o que eu acho falho dentro do Brasil. É falho, não só pra mim. Só funciona quando a editora já tem uma estrutura muito grande, tem as suas próprias filiais. Mas uma editora que depende dos seus distribuidores nos Estados, aí não. É falho, muito falho." (Ed - N.7)

E finaliza suas observações sobre o sistema de distribuição em tom emocionado:

"E a gente sofre porque o autor não acredita. O autor chega e fala: '- Eu não achei meu livro lá em São Paulo, na livraria tal ...'. O autor da Miguilim não sabe como a gente luta para que o livro dele chegue às mãos das crianças. A gente recebe cartas que doem, de autores achando que o livro deles está sendo mal trabalhado, quando o nosso prejuízo já ultrapassa todos os limites. A Miguilim não gostaria de publicar um livro pra não vender, porque ela depende disso. (...) Isso me dói mais do que pra eles.

Dói porque não está vendendo ... e há livros maravilhosos, lindos..." (Ed - N.7)

Um posicionamento diferente diante do mercado vem se revelando na voz dos editores da Lê. Discorrendo ainda sobre a necessidade de se fazer pesquisas de mercado para sondar as inclinações da demanda um entrevistado argumenta:

"... Porque, de certa forma ... de certa forma não, empresa editora depende da venda desse livro para existir. Então tem que se preocupar com o mercado, tem que estar preocupada em sentir o que o mercado está querendo ..." (Ed - N.2)

O outro lado da questão, a possibilidade de um editor impor novas tendências ou, como disse Samuel Fisher, "impor ao público idéias e valores aos quais este público resiste", é um aspecto que o mesmo entrevistado vê com certa descrença:

"É ... mas nem sempre ... porque, evidentemente, você não pode acreditar sempre que vai lançar um livro e o mercado vai seguir as suas tendências ... Você tem que ver o que está acontecendo, o que o mercado está querendo." (Ed - N.2)

A lógica do mundo capitalista obriga hoje um editor a produzir para um mercado. Dentro deste raciocínio a primeira tarefa é individualizar o segmento de mercado que se pretende ocupar e formular um projeto. Reforçando o que já foi dito sobre a opção da Editora Lê de entrar na linha de livros infantis e juvenis um depoente relata:

"Como a nossa área, a nossa atividade era com a escola mesmo, o que nós fizemos foi aumentar esse espaço. Ou seja, hoje nós estamos também aprofundando a editoração de livros didáticos para a primeira e a quarta séries, exatamente por causa da literatura infantil. Nós somos obrigados a visitar o professor de literatura infantil e isso facilitou também, encorajou muito entrar no segmento de primeiro grau, de primeira a quarta série." (Ed - N.3)

Dessa e de outras colocações de pessoas ligadas à Editora Lê fica claro a eleição da Escola como mercado preferencial para a colocação do produto livro infantil e juvenil. As estratégias mercadológicas para se atingir esse objetivo são definidas claramente e executadas com base nos fundamentos da Ciência da Administração de Empresas. Explica um entrevistado:

"A Diretoria de Marketing está junto com a Diretoria Editorial e não com a [Diretoria] Comercial porque a gente parte daquela idéia de que o marketing começa na definição do produto, e não depois que você tem o produto, para o comercial vender. É uma visão um pouco mais atualizada de marketing." (Ed - N.4)

A estrutura da empresa para a divulgação do livro infantil e juvenil é exposta da seguinte maneira:

"A Editora já tinha uma estrutura de divulgação do livro didático bem organizada, com veículos ... com divulgadores que viajavam o Estado todo, então isso facilita muito levar o livro de literatura junto. No momento que você vai apresentar o livro didático você apresenta também o livro de literatura ..." (Ed - N.2)

O que contribui para definir o relacionamento da Editora com o mercado de literatura infantil:

"O nosso relacionamento com o mercado é principalmente através do trabalho na escola. Nós já fizemos poucas experiências de divulgação via televisão. Fizemos algumas patrocinando, por exemplo, o programa 'Vá ao Teatro', que foi patrocinado aqui em Minas pela Lê. Fizemos alguns lançamentos com chamadas na televisão mas o nosso trabalho tem sido direto com o professor e com a Escola, divulgando ao mesmo tempo o livro didático, a literatura e o paradidático." (Ed - N.4)

investimento ou naquele momento você está tão envolvido, digamos, com a divulgação dos didáticos, não pode deslocar gente prá lá, então nessas circunstâncias a gente trabalha através de livrarias. A gente trabalha através deles e estamos sempre participando. Internacionais a gente, tradicionalmente, participa da Feira de Bolonha, da Feira de Frankfurt ... Só que nessas grandes feiras normalmente, a gente participa em conjunto com outros editores. Ou via CBL, que é a Câmara Brasileira do Livro, ou via SNEL que é o sindicato ... porque fica um custo fabuloso. Eu estive na Feira de Frankfurt em 1989 fazendo um trabalho mais de contato da Editora com outras editoras e nesse trabalho a gente viu que existe um campo muito grande ... a gente fez sondagens com uma perspectiva muito grande. Inclusive isso resultou em traduções de livros nossos para outras línguas." (Ed - N.4)

A intenção de ganhar espaço no mercado internacional está evidente no catálogo que a Editora Lê distribuiu na Feira de Bolonha de 1991, de excelente nível gráfico, com informações em português, inglês e italiano.

O sistema atual de distribuição é descrito por um entrevistado, como se segue:

"O nosso sistema de distribuição é nacional através de representantes. São livrarias, são representantes, às vezes só representantes, ou representante e livraria, isso varia, e duas filiais que nós temos no Rio e em São Paulo. A do Rio é mais antiga, já toda bem estruturada e a de São Paulo começamos no segundo semestre do ano passado, está fazendo um ano agora. Ainda está em fase de afirmação, isso demora um pouco, ainda mais que a gente está entrando no covil dos leões, não é? Todas as grandes, as mais pesadas são de lá, então a concorrência é mais forte, mas está-se firmando lá. E a divulgação é feita através deles, também, diretamente nas escolas, nos pontos alternativos que a gente tem também. Vende também nos pontos alternativos como livrarias ..."
(Ed - N.4)

como uma coisa didática, é óbvio que as pessoas que lêem muito elas aprendem a ler muito é na escola ..." (Ed - N.5)

Ou seja, embora o Encontro esteja aberto a todos interessados, é possível concluir que o objetivo maior é atingir o professor, intermediário das vendas do produto. Continua o mesmo depoente:

"... O objetivo desses eventos é divulgar o hábito de leitura e, conseqüentemente, a venda do livro, do nosso produto. Tirando esse lado eu permito que os professores tenham acesso a eventos desse nível, porque nós levamos os melhores profissionais da área, eles fazem esses cursos gratuitamente..." (Ed - N.5)

Conclusões aquelas que podem ser confirmadas por esta passagem do mesmo depoimento:

"Agora, é evidente que nós ganhamos com isso um marketing direto. Uma pessoa que vê um autor meu falando, mesmo que ele seja autor de dez outras editoras, na medida que o autor se promove ele acaba promovendo o livro, indiretamente." (Ed - N.5)

Se no mundo dos negócios a valorização do produto toma a forma declarada da publicidade, no mercado dos bens culturais as ações valorativas devem se eufemizar: o comerciante de arte, ao divulgar o seu produto, exclui as manobras 'grosseiramente' comerciais em favor de formas mais discretas como, por exemplo, reuniões culturais. Essa, que é uma formulação teórica, exemplifica-se na colocação do mesmo entrevistado:

"... Então nós procuramos ter não só os nossos autores, mas elementos das universidades do lugar onde está acontecendo o curso para não ficar parecendo um evento comercial e mesmo pra descaracterizar isso de que a gente só tem uma linha de ação. Então nós convidamos às vezes pessoas que têm linhas totalmente diferenciadas, pontos de vista diferentes mas nós temos o cuidado

de colocar pessoas que têm já um traquejo para participar de mesas redondas, pra evitar os radicalismos..." (Ed - N.5)

Observe-se que aparece aqui uma ponta de contradição entre o objetivo dado para os Encontros de "formar opinião, formar o senso crítico e estimular a imaginação" e a preocupação declarada de se evitar os "radicalismos" na questão da literatura.

Ainda sobre a questão da divulgação feita na Escola deve-se destacar a prática da indicação de faixa etária nos catálogos, já mencionada por um depoente assim como duas outras estratégias: a inclusão de fichas de leitura nos livros de literatura e a sugestão de atividades pós-leitura incluída também nos catálogos. Confirma um depoente:

"Nós somos obrigados a inserir a ficha de leitura em todos os livros, a partir da quarta série. E nós temos um catálogo que é diferenciado de todos os catálogos das outras editoras. Ele traz para o professor a sinopse, o resumo do livro e também propostas, sugestões para o trabalho didático." (Ed - N.5)

A "obrigação" de inserção da ficha de leitura nos livros decorre, conforme explicitado pelo mesmo depoente, da exigência que os professores fazem desse artifício para adotar o livro.

Além desses procedimentos direcionados ao professor "a criança é atingida diretamente quando a Escola já adotou o livro e pede para que o autor vá lá fazer uma palestra." (Ed - N.5)

Do exposto sobressai a parceria que a Lê, como muitas outras editoras, estabelece com o professor, despreparado para fazer seus próprios julgamentos (e somos levados a

acreditar que elas são em grande número no estado atual da educação brasileira) no sentido de reforçar a literatura paradidática, em detrimento da literatura-arte, da literatura *tout-court*.

Embora, como se viu até aqui, a Escola seja o alvo principal, o sistema de divulgação se vale das instâncias de promoção como a imprensa,

"A imprensa é convidada a opinar sobre o livro e muitas vezes saem esses recortes nos jornais ..." (Ed - N.3)

a televisão como recurso raro, conforme já mencionado e as feiras nacionais e internacionais. Um depoente relembra fatos ocorridos de 1982 a 1985:

"Teve algumas obras selecionadas para a Biblioteca Internacional de Munique, pela Fundação [do Livro Infantil e Juvenil], uns prêmios, um estímulo aqui, outro ali, mas nunca tinha participado de nada fora, não. Algum ilustrador, através dele mesmo ... inclusive teve um livro da Ana Raquel ... ela foi convidada para ir a Brastislava, e ela levou o material da Editora Lê ... cada um ajudando daqui, puxando dali, tentando fazer a coisa ... bem amador, mesmo." (Ed - N.5)

A situação mais atual referente à participação em feiras é assim descrita:

"A gente tem participado de todas as feiras nacionais. Nas Bienais nós temos estado nelas, vamos estar agora em São Paulo [1992], já estamos com uma quantidade grande de lançamentos previstos para a Bienal, uma porção de coisas ... o ano passado foi Rio de Janeiro. E outras feiras depende das circunstâncias do momento, de você ter gente disponível ... Quando nós não podemos participar diretamente a gente participa através do representante, ou de uma livraria. Fazemos muito esse tipo de trabalho via livraria. Às vezes é um lugar tão longe que você não tem condições de ir, o movimento não é um movimento que justifique às vezes o

Interessante notar que a livraria, ponto tradicional de venda de livros é tratada pelo depoente como ponto alternativo. O que talvez se explique pelas colocações que se seguem:

"A livraria, é um segmento bastante complicado na literatura infantil ... ela só te compra um livro se a escola do lado adotou o livro para leitura de classe." (Ed - N.2)

Não apenas a qualidade mas também a quantidade de livrarias existentes no país são considerados pontos nevrálgicos do circuito do livro. A situação é apresentada da seguinte maneira:

"Uma dor de cabeça que a gente tem é a pequena quantidade de livrarias no país. É a tal história: quanto mais pontos de vendas você tem mais chances você tem de que seu produto seja visto, manuseado e possivelmente comprado. Como o número de pontos de vendas é muito restrito isso, lamentavelmente, restringe a penetração no mercado." (Ed - N.4)

E estende sua queixa aos livreiros:

"Há bons, há ótimos livreiros em todo o país, aquele que orienta, que conversa com o cliente, mas a grande maioria é ... é um armazém que põe o produto lá, e pronto." (Ed - N.4)

5.3.4. Participação em programas institucionais

Tanto a Miguilim quanto a Lê têm participado de programas institucionais relativos à produção e distribuição de livros, seja em co-edições, seja vendendo livros já publicados.

A Miguilim já fez várias co-edições, a maior parte de obras premiadas, com a Prefeitura de Belo Horizonte, com Secretarias do Estado de Minas Gerais e com Fundações Culturais.

A participação da Lê em co-edições se deu da seguinte forma:

"Já fizemos co-edições, poucas, mas já fizemos. Já fizemos co-edição com o antigo INL, quando ele fazia; fizemos co-edição com o governo do Estado e com algumas secretarias de Governos, diversos, inclusive secretarias de Estado, já fizemos algumas, também. Ai depende de coisas do momento, é mais circunstancial." (Ed - N.4)

A participação em programas de leitura patrocinados pelo Governo Federal é vista pelos editores como uma oportunidade especial de vendagem certa, com tiragens aumentadas. Assim se expressa, sobre o assunto, um entrevistado da Miguilim:

"Ah! Com o Governo Federal ... toda vez que a FAE [Fundação de Assistência ao Estudante] compra no Brasil, a Miguilim entra. Toda vez que a FDE [Fundação de Desenvolvimento Escolar] de São Paulo, que é expressiva, compra, a gente entra. Nunca ficamos de fora, desde que a FAE existe, felizmente. Mas esse ano [1992] ainda não houve pedido da FAE." (Ed - N.7)

Um depoente ligado à Editora Lê dá a sua opinião:

"A venda institucional reverte em lucros para a editora e para o autor. No caso da FAE, por exemplo, é uma venda institucional, especial, e que não deixa de ser um prêmio pro autor, ter uma obra selecionada entre milhares de obras, uma selecionada para um programa de leitura." (Ed - N.2)

A possibilidade de que as editoras pudessem condicionar a produção de obras aos critérios de escolha dos coordenadores do Programa Salas de Leitura da MEC-FAE é descartada por todos os editores interrogados. Afirma um deles:

"Não, nunca pensamos. Pelo menos a Miguilim, não. (...) Eles têm uma comissão de críticos, de pessoas credenciadas mesmo, do Brasil inteiro, e lá dentro da FAE também. Passa pelo critério de fora e depois dentro da FAE e aí eles escolhem. E depois, numa conversa com a gente discutem preço, qualidade do papel, quantidade, tudo isso é muito bem discutido. A editora tem que ... são tantos os documentos que ele tem que apresentar, não pode ter absolutamente nada que deponha contra ela, para a firma poder participar." (Ed - N.7)

Outro editor, ligado à Lê, respondeu com argumentos semelhantes:

"Não ... A gente não faz o livro preocupado em ser incluído em qualquer tipo de programa. Isso acontece ... inclusive você não tem como tentar envolver pessoas a nível de escolher o seu livro nesse processo. Eles têm lá a estrutura deles, o pessoal deles, inclusive me parece que a escolha é feita regionalmente, e não em Brasília ... a gente não se preocupa em fazer livro, por exemplo, pra ser incluído ... nada. O nosso objetivo, mesmo, é o leitor." (Ed - N.2)

Foram citados outros programas institucionais nos quais os editores entrevistados tiveram livros incluídos tais como a "Ciranda de Livros", promovido pela Hoechst, FNLIJ e Fundação Roberto Marinho e o projeto "Meu Livro, Meu Companheiro", patrocinado pela FNLIJ com o objetivo de levar livros infantis a hospitais pediátricos.

5.3.5. Relação dos editores com os criadores

Ser editor é conhecer os homens, disse Einaudi, é viver o relacionamento cotidiano e enriquecedor com autores e colaboradores.

O editor e, por extensão, o reconhecimento de sua "autoridade", diz Bourdieu, só existe na relação com o campo de produção como um todo e, em particular, com os escritores e ilustradores, publicados ou não, os que integram o seu catálogo e os que esperam integrá-lo.

Autor e editor formam uma relação indissociável desde que o modo de produção artística se autonomizou, no curso do século XVIII, rompendo com a dependência ao patrocínio de um mecenas e aos cânones estéticos do público aristocrático ao qual a obra de arte se dirigia necessariamente.

Mas, quem é o verdadeiro produtor do valor da obra? O autor na sua inspirada e solitária criação, utilizando-se apenas de seu próprio capital cultural ou o editor que pela publicação "consagra" a obra e lhe dá um valor comercial a partir de sua existência pública?

Os editores entrevistados revelam o poder de consagração que atribuem à sua editora:

"A Miguilim teve realmente um papel importante no incentivo a novos autores e ilustradores. Mas muitos, mesmo. Ilustradores, então, quase todos. Olha, quase todos os ilustradores que eu conheço por ai saíram da Miguilim. E textos, também." (Ed - N.7)

"A Editora Lê, nesse período, lançou muitos autores e, principalmente, muitos ilustradores. Muitos, mesmo." (Ed - N.2)

"... E, criou-se muitos autores, muitos ilustradores que depois foram para outras editoras, outros Estados, pra São Paulo." (Ed - N.2)

"... a Editora Lê tem uma coisa que eu não sei se você sabe: muitos dos nossos autores que hoje são famosos e que têm livros em todas as editoras quando eram desconhecidos e escreveram o seu primeiro livrinho, vieram por aqui ..." (Ed - N.5)

Esta concorrência em torno da questão da legitimidade dos produtos artísticos que se trava no sub-campo da produção editorial entre editores e autores desenvolve-se na prática como processo aberto, amigável e direto em nome do princípio da negação do fator econômico e raras vezes é declaradamente autoritário e controverso.

Os depoimentos seguintes indicam o nível de interação entre autores e editores conforme os últimos o percebem:

"A Miguilim dá um carinho especial ao autor. Nós não lemos, nós não importamos com a biografia. Não manda biografia que ela não é lida, junto com o seu original você manda o seu nome. Não importa de onde você vem, importa que você criou uma obra de arte. Mesmo que ela esteja cheia de erros, cheia de arestas a aparar ..." (Ed - N.7)

Relembrando o período em que desempenhou a função de dialogar com autores e ilustradores na Editora Lê um entrevistado assim se expressa:

"Era uma relação boa ... O autor realmente se sentia à vontade dentro da Editora. A Editora dava bastante ... como é que eu diria ... liberdade de criação, de realmente fazer a obra do jeito dele,

não interferia ... Depois de assinado o contrato a coisa deixava de ser ... analisada, já estava definida, então, a partir daí o autor, realmente podia propor ... muitas vezes a gente propunha mudanças no texto, geralmente eles concordavam ..." (Ed - N.2)

No interior desse relacionamento harmonioso espera-se de cada agente um papel específico. O editor, além de dar forma à criação literária e apresentá-la ao mercado hipoteca o seu prestígio em favor do autor, agindo como banqueiro simbólico que oferece em garantia todo o capital material e simbólico que acumulou e que arrisca-se a perder em caso de erro. Depoimentos aqui transcritos oferecem uma imagem desse comprometimento do editor em favor do autor que ele publica. Ao autor, pensam os editores, cumpre acreditar na força social do editor e concorrer para reforçá-la. Estará, ao mesmo tempo, ajudando a sua própria imagem.

Nesse sentido um entrevistado dá o seu depoimento:

"Acho que o autor, ele é a editora também! Ele não é só o autor da editora ... não é só ... Eu acho que ele deve ter realmente, condição de entrar na editora, ter trânsito livre, vamos dizer assim. É importante, isso! Ele se sentir parte integrante da Editora, da coisa editorial, e não só ser tratado com ... "Você tem um contrato, nós vamos cumprir a nossa parte do contrato, você cumpre a sua" ... Aquela relação fria, só comercial! Porque, no momento que ele tem esse pique, ele tem essa liberdade ... ele se sente totalmente envolvido, ele divulga a própria obra, ele tem prazer em falar daquela obra, falar da editora que publicou a obra." (Ed - N.2)

É certo que a ambivalência da relação editor/autor somente se revela nos momentos de crise, quando se desnuda a verdade objetiva de cada uma das posições e vêm à tona valores antes encobertos. Do conjunto de depoimentos de editores que compõe este estudo apenas em um momento, transcrito sob o subtítulo **O mercado**, um editor da Miguilim

texto, como alertava Adorno? Em outros termos, ao transformar qualquer texto em "mercadoria produzida tendo em vista padrões que pesquisas de mercado apontam como fator de venda" (LAJOLO, 1987:33) a editora em questão, aceitando um original e rejeitando outro, ambos com qualidades reconhecidas pelo Conselho Editorial, poderia não estar oscilando entre duas posições ao contrário do que parece à primeira vista, mas sim coerente com a opção política de respeitar menos o valor da criação e mais a disposição do público, neste caso, em aceitar novidades num momento e no outro em manter-se fiel ao já conhecido.

Sobre o aspecto da coerência entre o discurso sobre a política editorial e a prática na aceitação/recusa de originais é interessante conhecer o caso relatado por um depoente, relacionado à Editora Miguilim. Conta o autor:

"E uma coisa que eu achei muito interessante uma vez, eu vi eles recusarem originais de medalhões. Eu acompanhei, no caso, eles recusando originais de Ana Maria Machado, de Sílvia Orthof, achavam que não tinham qualidade suficiente ... baseados em critérios claros de qualidade! Então eu me lembro que eles falavam assim: 'Puxa vida, fico até chateado de acontecer isso, mas infelizmente nós não podemos publicar esse texto'. Então, quer dizer, isso pra gente é ... de uma certa maneira é até ... saber que o mesmo critério que é adotado para um autor estreante é adotado para um outro que já tem nome e vendagem certa!" (Aa - N.3)

b) Valor do texto e programação visual: o equilíbrio

Mas, vale repetir, se a energia que move o campo de produção e circulação de bens culturais é a luta concorrencial entre os atores em torno da legitimidade do produto, é preciso continuar avançando na tentativa de desnudar os conflitos entre autores e editores, na ótica dos primeiros. As formulações são as seguintes:

revela a sua mágoa para com os autores que, segundo ele, sem se basearem em informações concretas, reclamam uma melhor distribuição de suas obras no mercado.

Diante desses elementos tudo parece indicar, como sugere Bourdieu, que o que concede valor à obra de arte não é o trabalho isolado de um artista ou a prática de um determinado editor como certas colocações veladas ou declaradas destes últimos fazem crer, ou a aprovação de uma dada instituição ou academia. Não é nem mesmo o conjunto de "personalidades" do mundo das artes e das letras mas, sim, o campo de produção como sistema de relações objetivas entre estes agentes e estas instituições, lugar de lutas pelo monopólio do poder de consagração onde se engendram continuamente o valor das obras e a crença nesse valor.

5.4 A posição dos criadores: escritores e ilustradores

Somando-se à representação que os editores fazem de sua prática profissional resgata-se, aqui, a ótica dos criadores acerca de sua própria posição no subcampo de produção e circulação de livros infantis e juvenis, tendo como referência as editoras em questão.

A análise dos dados obtidos em entrevistas e/ou depoimentos com os escritores e ilustradores foi orientada pelos seguintes tópicos:

- Modo de aproximação com a(s) editora(s)
- O respeito à criação
 - o diálogo escritor/autor

- valor do texto e programação visual: o equilíbrio

- o produto

• Relações de trabalho

5.4.1 Modo de aproximação com a(s) editora(s)

Tendo em vista que todo posicionamento no sistema de produção e circulação de bens simbólicos deriva de um tipo determinado de tomada de posição, sabe-se que as aspirações subjetivas dos diferentes agentes tendem a ajustar-se às oportunidades objetivas oferecidas pela estrutura do campo. Esta formulação teórica explica porque, qualquer que seja o percurso de um manuscrito até chegar a uma editora, ele se realiza como uma espécie de pré-seleção operada pelos próprios autores em função da imagem que têm do editor, da tendência literária que ele representa e que pode, numa certa medida, ter guiado sua produção.

O quadro a seguir mostra em que editora os autores pesquisados publicaram seu primeiro livro.

Quadro 3 - Distribuição de escritores/ilustradores por editora relativo à primeira publicação

Escritor / Ilustrador	EDITORAS		
	MIGUILIM	LÊ	OUTRAS
A1	—	—	Vigília - BH
A2	—	—	Vega - BH
A3	X	—	—
A4	—	—	FTD - SP
A5	—	X	—
A6	X	—	—
II. 1	X	—	—
II. 2	—	X	—
II. 3	X	—	—
II. 4	X	—	—
II. 5	X	—	—
TOTAL	6	2	3

O modo como escritores e ilustradores iniciantes se aproximaram das editoras Miguilim e Lê que os publicaram pela primeira vez é narrado aqui segundo os dados da memória de cada entrevistado revelando pontos comuns em relação a alguns aspectos.

Nos dois primeiros depoimentos o modo de aproximação "espontâneo" revela-se, na verdade, não casual, mostrando, antes, uma correlação entre as aspirações do autor novo e as oportunidades objetivas oferecidas pela Editora. Para um entrevistado:

"Meu primeiro contato com a Miguilim foi através da Antonieta. Primeiro eu fui aluno dela, e nos tornamos amigos e passamos a nos encontrar muito em congressos e seminários. E num desses

congressos, em 1983, (...) eu falei assim: 'Ah! Antonieta, eu nunca pensei na minha vida em ser autor, em escrever, não, mas eu escrevi essa história aqui, o Paulo ilustrou, e eu gostaria que você levasse pra dar uma analisada'. E nessa época a Miguilim estava numa fase muito boa, inclusive eram livros caros, em policromia, o Brasil estava bem melhor e ... uns dois meses depois ela me telefonou dizendo que estavam aprovados, que realmente eles tinham gostado muito dos livros e fizeram a publicação dos dois, em 84 saíram os dois livros." (Aa-N.3)

A outra narrativa revela o seguinte:

"Foi quando eu voltei para Belo Horizonte e, curiosamente foi pela Miguilim que eu comecei. Na época que eu voltei, foi em junho de 80, aí eu tive notícia através de uma amiga que a Miguilim existia há pouco tempo e ... parece que ... Fui num lançamento da Angela Lago e ... me contaram, uma amiga me contou que... que eles, que aqueles livros, eram produção daqui, que aqueles autores eram daqui, porque eu estava completamente por fora do mercado, não tinha a menor idéia do que fosse o mercado de livro infantil... Aí eu falei: É isso que eu vou fazer! 'Mas eu não tinha muita esperança desse mercado aqui (...), eu achava que só podia editar no Rio ou em São Paulo. Quando eu soube que a Miguilim estava fazendo eu botei meus desenhinhos debaixo do braço, bati lá, entreguei, aí olharam e tal: 'Ah! legal, não sei que, quando tiver alguma coisa eu te chamo'. Que é sempre o papo mais comum de se ouvir. E eu achava que ia ficar por isso mesmo, não estava com muita esperança, não. Aí dei muita sorte. Daí uns meses e pouco me telefonam da Miguilim que tinha um livro lá, se eu queria fazer." (Il-N.1)

Pode-se dizer que na produção do livro infantil a relação entre escritor e ilustrador começa antes da aprovação dos originais. Os relatos aqui transcritos indicam que o autor, mesmo o iniciante, gosta de influir na composição da parceria, texto/ilustração, ou seja, o escritor escolhendo o ilustrador. A esse respeito declara-se:

"Sou auto-didata mesmo. E aí eu fiquei até surpreso com o convite do autor pra ilustrar um livro infantil, coisa que eu nunca tinha feito, e aí fiquei de pensar, peguei o texto dele e comecei a fazer umas ... uns esboços (...) Quando o autor mandou o texto pra Miguilim ele já tinha um certo contato com a Maria Antonieta.

parece que ele tinha estudado com ela ou coisa assim. Mandou o texto e mandou a ilustração. E eu fico até imaginando que tipo de conversa eles devem ter tido porque a Maria Antonieta, experiente como ela é, conhece ilustradores profissionais, maduros, deve ter ficado meio... meio atrás com as ilustrações que eram muito simples." (II-N.5)

Neste caso, a procura por um publicador foi um processo mais longo, contado pelo ilustrador:

"... eu fui procurado por uma autora que queria fazer a ilustração do livro dela. Eu aceitei, claro, gostei demais do texto... na verdade eu tinha feito a ilustração em 81, desenhada ... E ela batalhou editora durante 5 anos e os editores achavam que o texto era pesado para crianças, assim, o tema televisão ainda não era ... Os editores achavam que não estava adequado para ... Não sei quais editoras que ela visitou, mas foram várias. E elas punham sempre algum obstáculo. Então, depois de 5 anos a Editora Lê resolveu editar o livro. A autora voltou a mim e perguntou se eu queria mexer na ilustração porque passaram-se 5 anos e aí, obviamente ... quando ela me perguntou se eu queria mudar a ilustração eu simplesmente passei do desenho pro tridimensional (...) A partir dali eu fiz o contato com o editor, falei dos planos, o que eu estava pensando, ele gostou muito da idéia, do tridimensional, me autorizou a começar o trabalho." (II-N.2)

A presença de um intermediário entre o autor novo e a editora se confirma nos seguintes relatos:

"Isso me faz lembrar que praticamente todos os meus livros editados não são através de um contato direto com a editora mas indiretamente, sempre houve intermediários. Quando eu cheguei até o texto infantil e até a Miguilim, quer dizer, eu não cheguei até esse processo, foi outro autor que chegou por mim... Eu me lembro que na edição do meu primeiro livro de poemas eu também não levei os textos pra um editor..." (II-N.5)

"Todo curso de literatura infantil esparsos que surgia - a Antonieta dava muitos cursos, então eu ia. E até que... exatamente o meu

primeiro contato com editora foi com a Editora Miguilim quando a Ana Raquel, que é ilustradora, ligou pra mim, a partir de um dos cursos que a gente fez, e disse: você quer ver meus textos? 'E nessa história toda eu vi o texto dela e gostei, o texto dela nunca saiu, ela apaixonou pelos meus, e aí ela contou para a Antonieta. A Antonieta ficou muito surpresa de eu há tanto tempo estar com essas coisas engavetadas e nunca ter mostrado pra ela. Logo, logo ela aprovou 5 originais de uma vez...' (Aa-N.6)

"A história é muito engraçada porque eu tinha lido umas histórias para uma professora primária e ela contou para o marido dela. O marido dela era representante da Editora Lê e falou com o dono da Editora Lê que tinha um autor... porque eles só tinham 2 livros... 4 livros de literatura infantil que eram os livros da D. Alaide Lisboa: Bonequinha Preta, Bonequinha Doce, Ciranda e Cirandinha, e ele estava querendo ampliar a área de literatura infantil e queria conhecer alguém. E me convidou para ir à Editora. Eu cheguei lá mais ou menos às 6 horas da tarde e comecei a contar história pra ele. Ai ele começou a chamar o pessoal, veio o Editor Chefe, veio uma porção de gente, e parecia que eu estava contando histórias pra criança. Isso durou até meia noite, contando histórias oralmente. Então ele pediu que eu mandasse por escrito pra ele e logo em seguida saíram os primeiros livros, os primeiros quatro. Então, foi a coisa mais fácil do mundo, não teve problema algum, e daí pra frente as outras editoras começaram também a me procurar, perguntar se eu tinha algum texto, e tal." (Aa-N.5)

O papel marcante do editor em busca de novos talentos permeia vários depoimentos e está claro no relato que se segue:

"Eu conheci a Miguilim, conheci a Antonieta num curso sobre literatura infantil, em 1983. Era a Antonieta que dava esses cursos, lá na Miguilim mesmo. E durante esses cursos, um belo dia ela perguntou quanto tempo eu estava na Belas Artes. Tinha um ano, ano e meio que eu fazia Belas Artes e aí ela disse que tinha uns textos, se eu gostaria... de olhar esses textos. Eu falei - 'Vamos ver!' Botei os textos na bolsa e fui embora. A Antonieta me deu os textos, eram 5 textos da mesma autora, era uma coleção, e deu também para outros ilustradores. Ficou uma coleção rica porque era cada livro de um ilustrador. Uma ilustração minha foi escolhida e aí foi que começou." (II-N.3)

Sintetizando, estes depoimentos de autores novos evidenciam, pelo menos, três aspectos importantes:

a) a "marca" da editora, tal como percebia pelo público de produtores culturais, orienta as aspirações subjetivas do autor iniciante para o encontro que resulta na publicação;

b) confirma-se a suposição de que os manuscritos que têm valor para publicação quase nunca chegam espontaneamente à editora sendo, ao contrário, intermediados por alguém cuja "autoridade" dentro do campo os avalia diante do editor;

c) o contato de escritores e ilustradores em potencial com um editor foi favorecido pelos cursos de literatura infantil ministrados por Maria Antonieta A. Cunha, cursos que, pelo menos nos primeiros anos da década de 80 funcionaram como elemento detonador de novos talentos que foram publicados pela Miguilim e, em seguida, passaram a publicar pela Lê e por editoras do Rio e de São Paulo, principalmente.

Para avançar na compreensão das relações entre autores e editores deixemos que autores com obras publicadas anteriormente por outras editoras continuem narrando suas experiências de aproximação com a Lê e Miguilim.

Antes, porém, cumpre enfatizar que cada posição do autor na hierarquia dos graus de consagração (autor desconhecido, autor consagrado, autor da Casa, autor premiado) articula-se com a posição do editor no sistema de produção e circulação (editor comercial, editor cultural, editor consagrado, editor novo). Esta relação mais ou menos conformista ou ambiciosa define objetivamente o funcionamento do campo e a estrutura das obras produzidas.

Os relatos, que se seguem, de autores consagrados que através de premiações e obras-publicadas anteriormente já haviam marcado sua posição no campo de produção editorial mostram, se comparadas com as declarações anteriores, diferentes níveis de relacionamento com os editores:

"Meu primeiro contato com a Miguilim foi feito através do autor do livro, que, à época, tinha vários títulos editados pela Miguilim. Como as proprietárias da Editora já tinham conhecimento dos meus trabalhos como ilustrador/projetista gráfico - até então fora da área de literatura infantil e juvenil - foi um encontro bastante favorecido." (II-N.4)

Outro depoente relembra:

"Muita dificuldade no princípio de encontrar um editor. Entreguei originais, originais de ilustrações pra diversos editores no Rio e em São Paulo, esperei um longo tempo por resposta até que a Editora Vigília, de Belo Horizonte, se interessou em editar dois livros meus que saíram em 1980. (...) Depois disso eu ganhei alguns prêmios que começaram a me ajudar a abrir editoras. Publiquei um outro livro aqui em Belo Horizonte, pela Editora Comunicação e em 1984 publiquei na Miguilim. A Antonieta me procurou e falou da abertura delas... na época eram outras editoras, era a Ana Maria Clark... da abertura da Editora para qualquer trabalho meu. Eu levei, depois de algum tempo, um primeiro rascunho, um primeiro boneco do livro que eu estava pensando fazer e que ainda não tinha procurado editor e eles se assustaram um pouco mas mesmo assim

a Antonieta me deu abertura para eu fazer como eu quisesse... Na Miguilim eu tenho dois livros, na Lê três. Na Lê o meu primeiro livro, o editor viu já praticamente pronto, comprou, aceitou como estava, aceitou todas as minhas exigências." (Aa-N.1)

"Quando, em 1980, a Livraria Miguilim se transformou em editora eu tive muita esperança de que ela viesse a ter realmente importância como casa publicadora. Por este motivo facilitei muito as coisas para a Antonieta emprestando-lhe os fotolitos de um livro meu editado anteriormente pela Editora Vega, de Belo Horizonte, que veio a ser o primeiro livro editado pela Miguilim." (Aa-N.2)

Outro autor conta a sua história:

"... meu contato inicial com a Miguilim foi pelo Prêmio... um livro meu foi Prêmio Henriqueta Lisboa e a Miguilim ganhou a concorrência para publicar o livro. E mesmo antes... a Antonieta Cunha participou do júri que premiou o meu livro e antes da decisão final eu já tinha conversado com ela e ela havia demonstrado interesse em publicar o livro. Então, mesmo se não fosse pela concorrência esse livro teria sido publicado pela Miguilim. E eu pude, inclusive, sugerir a ilustradora, com quem já fiz vários trabalhos. Na Lê... bom, (...) eu mandei para a Lê... acho que saíram mais ou menos na mesma época um livro pela Miguilim e outro pela Lê. Foi meu primeiro livro na Lê e na verdade eu mandei por uma outra pessoa que já era autora da Casa (...) Ela trouxe uns originais dela para a Editora Lê e trouxe dois textos meus. Na época quem trabalhava na editoração de livros infantis da Editora Lê era o André Carvalho que aprovou um desses originais, que saiu em 1990." (Aa-N.4)

Autores "descobertos" pela Miguilim contam a sua aproximação com a Editora Lê:

"Meu contato com a Lê se deu em 1985, quatro anos depois de uma coleção publicada pela Miguilim. Então eu já tinha contatos com o [Antônio] Eustáquio [Lima Rodrigues], com o pessoal da Lê, com o Zé Orlando [José Orlando Pinto da Cunha], porque o Eustáquio, na época, estava na Lê. E aí eu apresentei os originais e 8 foram

aprovados. Mas nesse momento as coisas foram mais fáceis porque eu já era uma autora com livros publicados." (Aa-N.6)

"Com a Lê foi o seguinte: em 82 trabalhava no setor de arte o Jan, que tinha sido meu colega na [Escola de] Belas Artes e o Eustáquio que olhava tudo, era uma espécie de editor de arte, de texto, tudo junto. (...) Quando eu voltei para Belo Horizonte eu descobri o Jan lá e procurei-o. Ele só conhecia o meu trabalho da época de Escola mas, quando pintou a história de uma primeira coleção de livros infantis na Lê o Jan sugeriu que o Eustáquio desse uma olhada no meu trabalho. Ai me chamaram pra fazer, eu fiz os layouts, eles gostaram e saíram quatro livros ilustrados por mim na Editora Lê." (I1-N.1)

"Depois do livro que lancei pela Miguilim em 84 eu dei uma parada, fiquei pesquisando, estudando... Na Bienal de 86 através da Antonieta fui apresentada à Lúcia [Pimentel] Góes que estava coordenando uma coleção na Editora do Brasil e aí eu comecei a fazer um livro lá! Ai as coisas... logo que eu voltei eu conheci outra pessoa superimportante que foi o Jan da Editora Lê. Eu levei pra ele uns desenhos, era uma história sem texto (...). Eu não lancei esse mas por causa do desenho que o Jan tinha gostado ele me passou uma história do Ronaldo Simões [Coelho]. (I1-N.3)

Diante desses elementos apresentados tudo parece indicar que o modo de aproximação dos autores entrevistados com as editoras em questão (não sendo a aproximação um processo aleatório como se viu anteriormente, pelo menos para os autores com chances de serem publicados) orientou-se sobretudo pelo perfil do editor, que, ao desempenhar um papel ativo na procura de novos talentos, estimulou a criação de obras que, efetivamente, vieram a compor o seu catálogo. Se cabe a Maria Antonieta Antunes Cunha o mérito de ser chamada de editor "découvreur", pelo número significativo de autores que descobriu e lançou, também a Lê nos primeiros anos de produção de literatura infantil e juvenil teve um papel importante na formação e consolidação até mesmo dos nomes descobertos pela Miguilim, sobretudo pela sensibilidade editorial e capacidade técnica de

dois nomes muito citados pelos autores entrevistados: o editor de arte Jan Deckers, e o Gerente de Produção Antônio Eustáquio Lima Rodrigues.

Casos de encomenda de trabalhos de texto e de ilustração foram relatados por autores novos e consagrados, referindo-se tanto à Miguilim quanto à Lê. Note-se, entretanto, a diferença entre a sugestão de criação, exercício natural do editor cultural, pelo crédito que este dá ao talento do escritor/ilustrador, respeitando-o na sua liberdade criadora, e a encomenda de obras a partir de critérios fechados de tema, número de laudas, variação linguística, entre outros, como forma de se ajustar à demanda externa. Ambas as editoras praticam a sugestão como forma de atuação inerente à função do editor. Quanto à encomenda, a Miguilim a considera incompatível com o fazer literário, talvez pensando, como Gramsci, que a liberdade de criação no domínio da arte é a condição necessária para a expressão real do conteúdo moral, social e político que ela implica. A Lê, por seu turno, adotou-a como prática editorial moderna e competitiva conforme depoimentos dos próprios editores, transcritos no item 5.2.

A relação facilitada entre os autores com obras publicadas anteriormente e as editoras em estudo sugere que o intermediário deixa de ser importante como nos outros casos analisados, uma vez que a editora que os publicou atua nesse momento como instância de consagração. A mesma função cabe aos prêmios, cujo valor de legitimidade pode ser maior ou menor, dependendo da "autoridade" da instituição que os concede. Ganhadores do Prêmio Henriqueta Lisboa, por exemplo, concedido pela Secretaria de Cultura do Estado de Minas Gerais são sistematicamente publicados pela Miguilim, inclusive um dos entrevistados, que menciona o Prêmio no seu depoimento.

Por fim, a figura do agente literário intermediando autor e editora não é mencionada por nenhum dos entrevistados, parecendo indicar que não é um elemento importante na estrutura do campo editorial mineiro, como, de resto, sabe-se que ainda não o é no Brasil.

5.4.2 O Respeito à criação

Se a obra em si mesma, o produto final, é o indicador mais visível do valor propriamente cultural que criador e produtor conferem à criação, ao longo do processo editorial¹ esse mesmo valor transparece de maneira mais ou menos velada nas relações objetivas entre os diferentes agentes do campo, isto é, no diálogo editor/autor e na interação escritor/ilustrador.

Assim, as impressões dos criadores sobre aspectos do processo, desde as negociações prévias que travam com o editor em torno dos originais em nível de conteúdo e de forma, e que constituem uma das tarefas mais importantes e difíceis da atividade editorial, até a satisfação que sentem com o produto acabado, quando rememoradas, são reveladoras da questão sempre presente da definição dos critérios que regem o exercício legítimo de um tipo determinado de prática intelectual ou artística.

a) O diálogo editor/autor

O diálogo editor/autor é, na opinião de editores, um acontecimento extraordinário,

¹ De modo particular na produção do livro infantil, por sua característica específica de arte ao mesmo tempo plástica e literária.

em que o autor participa com seu talento, sua inspiração e o editor colabora com sua experiência, sensibilidade, conhecimento do mercado, da produção do livro, dos custos, etc.

Procurou-se investigar, no contexto da Miguilim e da Lê, como os autores entrevistados percebem esse "acontecimento". As formulações dos mesmos revelam o seguinte:

"Olha, lá na Miguilim era a Maria Antonieta e a Ana Maria Clark, normalmente que cuidavam dessa parte. (...) Algumas vezes elas solicitavam alterações, sugeriam algumas coisas, não interferiam na obra, não. Inclusive você é sempre consultado, comigo, pelo menos, sempre foi assim. Quando eu gosto da modificação eu concordo. Quando eu não gosto eu tento achar um consenso, pra não ficar insatisfeita também. Na Lê, na época que eu lancei pela Lê era o Eustáquio. Ele é que lia, a gente sentava lá, trocava idéias, falava: "Muda esse quadrinho, vê se consegue transformar ..." ou então um título, mas uma coisa bem democrática." (Aa - N.6)

Outro autor relembra as negociações em torno de um texto publicado pela Miguilim em 1987:

"É muito comum eles pedirem para você mudar algum coisa em relação à pontuação, uma palavra ou outra ... No caso deste livro, publicado em 1987, houve uma alteração muito grande no texto, que era todo em verso e passou a ser em prosa. Quem sugeria as alterações era a própria Antonieta. Ela sempre me mandava cartinhas sugerindo, e tudo, e a gente acabava aceitando as orientações dela. O meu texto era todo em verso e ela achou que não estava legal, que não seria bom, aí eu tive que reescrever o texto, passando pra prosa, uma prosa poética. Mas essa negociação aconteceu de maneira tranquila, muito dialogada, tanto é que ela, com muito cuidado, e ... e aceitando ... por exemplo, dando inteira liberdade pra não aprovar, pra não publicar, se eu não quisesse ..." (Aa - N.3)

O autor prossegue, referindo-se a dois textos seus em torno dos quais não houve consenso entre ele e a Miguilim, mencionando ainda outros motivos que o levaram a publicar em outras editoras.

"Bom, eu mandei dois textos ... esse que vai sair pela Melhoramentos no próximo ano e o outro que saiu, em 1990, pela Editora de Orientação Cultural ... Na época eu recebi uma carta dizendo que nos dois originais as histórias eram muito semelhantes e que ela sugeria até que eu fizesse um livro só com as duas histórias. E eu achei que não, eu achei que eram projetos diferentes, então desisti... E na época também a Miguilim estava numa crise econômica muito grande, eles já estavam com originais aprovados que eles não conseguiam publicar, então resolvi tentar outros editores." (Aa - N.3)

A competência de um editor com quem negociou seus originais é ressaltada por um entrevistado:

"Na Lê, foi através do Eustáquio, que é um cara ótimo, grande editor, muitas vezes eu modifiquei muita coisa, prá melhor, por sugestão dele. Ele é O EDITOR, aquele cara que sugere, e que também, quando a gente fala 'eu acho que tem que ser assim', que não vai mudar por causa disso e disso, ele sabe escutar, porque tem uns também que não sabem, não!" (Il - N.1)

No momento da negociação dos originais as escolhas estéticas do editor, voltadas para o tradicional, o consagrado pela crítica e/ou pelo público ou, ao contrário, permeáveis ao novo, desnudam a inclinação mais cultural ou mais comercial da editora. Neste sentido são significativos os seguintes depoimentos:

"Havia naquela época, [1984] no Brasil, uma série de livros só de imagens, livros maravilhosos da Eva [Furnari], tinha um livro, publicado inclusive no exterior, do Juarez Machado, Ida e volta, que era só de imagens, eram livros que investiam numa

simplicidade e foram muito bem sucedidos e a crença, na época, era que os livros de imagem deveriam seguir esse caminho. E a minha proposta foi muito diferente, porque, num mesmo livro eu contava uma série de histórias, que de acordo com a escolha da criança ela iria seguir através das páginas. E a Editora Miguilim teve a coragem de editar esse livro que, na época era uma novidade, e eu devo agradecê-la por isso." (Aa - N.1)

"O Eustáquio estava lá na Editora Lê, ele era o editor de lá! E ele é uma pessoa sensível, ele é desenhista, é ilustrador, é autor, inclusive, e hoje é editor da Editora Formato Editorial. E o Eustáquio é que me recebeu ... tinha também o Jan, que era chefe do Departamento de Arte, é uma pessoa extremamente sensível, um presente que a Holanda deu pra gente aqui no Brasil. E ele também se entusiasmou com o trabalho. Porque, na verdade, esse trabalho em 85 era meio pioneiro ... Não existia muito esse tipo de trabalho publicado, técnicas tridimensionais." (II - N.2)

Uma mesma editora pode oscilar entre a ousadia de inovar com um livro de qualidade como se viu nos relatos acima e a cautela em não publicar um bom original, orientada pela lógica do mercado. Leia-se o seguinte depoimento:

"Em 1986 eu levei pro Jan uns desenhos, era uma história sem texto que eu tinha começado a fazer. Ele vibrou com a história ... a Vivina [de Assis Viana] que na época era do Conselho Editorial da Lê aprovou, o Conselho todo aprovou junto com a Vivina, mas como era uma história sem texto ela foi vetada logo depois por uma pesquisa de que naquele momento o livro sem texto não era uma coisa ... não teria boa aceitação pelo mercado ... A Editora Lê até tinha livros sem texto, ela tinha o da Angela Lago, o Chiquita ... [Chiquita bacana e outras pequetitas] eu acho que já tinha sido lançado, mas eles estavam com medo de correr o risco por causa dessa coisa de mercado." (II - N.3)

Diante disso pode-se perguntar: no primeiro caso estaria a Editora Lê realmente consagrando a legitimidade de uma nova forma de expressão estética? Ou resultariam, ambas as soluções, de uma estratégia de marketing, do mesmo princípio de reificação do

"A Miguilim tem essa parte de filosofia, de linha editorial, que é uma das melhores que eu conheço. Agora, eu acho que como empresa, e isso aí quando você vai pra produção de livro ... essa coisa da produção eu acho que ... pelo menos a Lê quando eu tive contato, eles deixam a desejar. Hoje eu não sei como está não. (...) mas como a Editora Miguilim tem uma respeitabilidade, é muito respeitada no meio por causa da linha editorial dela, ela é super-rigorosa quanto à qualidade de texto ... e não tinha produtor de arte! Não sei se hoje tem. E também não contratava freelancer, não. Quem fazia isso era a Antonieta. Então, por exemplo, quando eu trabalhei pra eles, eu fiz uma coleção que já vinha com o texto escrito. Hoje eu jamais faria ... Se eu tivesse tido um Eustáquio na minha vida naquela época, se a Miguilim tivesse um produtor especializado nisso ... Porque a Antonieta entende demais de literatura, ela é uma das pessoas que mais entende disso que eu conheço. E ... entende também, assim ... ela sabe o que é um livro bem feito, mas ela não tinha formação, pelo menos nessa época, na área". (II - N.1)

O autor prossegue analisando o peso diferente que a Miguilim costumava dar, durante o período que publicou por esta Casa, à edição de texto e à produção gráfica. O depoimento continua assim:

"Eu fiz tudo [o projeto gráfico] e ela aprovou sem questionar. Ela questionou muito a parte ... as discussões eram muito mais em torno, muito não, eram só em torno da intertextualidade, como eles gostam de dizer. A relação texto-imagem foi discutida exaustivamente, tive uma ótima orientação nessa área, que é de conteúdo. Agora, na área de produção ... (...) Eu gostaria de ter tido uma orientação mais técnica na área de projeto gráfico ..." (II - N.1)

Do mesmo modo que este autor outros ilustradores que tiveram seus primeiros trabalhos publicados pela Miguilim consideraram que o resultado final poderia ter sido melhor se pudessem ter contado com a assessoria de um produtor gráfico.

"Já na Lê, era o contrário. Na Lê tinha o Eustáquio que é um ótimo produtor gráfico, um grande editor e tal e ... quem segurava aquela editora lá o tempo todo era o Eustáquio. A Lê caiu sensivelmente de nível depois que o Eustáquio saiu de lá. [...] Agora tá o Lino [de Albergaria] que é um cara bom, e tal. Mas na Lê tinha a produção gráfica bem cuidada até o ponto que interessasse financeiramente o dono, ela é editora de um dono. Então esse aqui, por exemplo, [mostra um livro publicado em 1982] é uma droga de reprodução gráfica, e o Eustáquio sabia muito bem disso, mas ele não tinha autonomia prá falar: 'vamos repetir isso porque tá ruim'. Por quê? Porque gasta mais dinheiro e a Editora brecava. (...) Se eu falasse assim 'isso aqui eu não fiz, eu não fiz essa cor, vamos trocar', o Eustáquio falava: 'não dá pra trocar, porque nós temos um cronograma financeiro'. (...) ... ele sabia muito bem que podia ficar melhor, mas eles tinham lá que cumprir aquelas ... Então, brecava-se a coisa não por falta de ter um profissional bom mas aquela tal de economia porca: 'Não, tá bom demais!' Então é aquilo que eu já falei: lá eu não considero ... eu não considero o Zé Orlando um editor. Ele devia desconfiar disso e botar um profissional com autonomia pra resolver as coisas, e ser empresário. Ele é um vendedor de livros, fazedor de livros." (II - N.1)

Uma comparação entre as duas editoras também se estabelece no depoimento seguinte:

"O Jan ... era ele que chamava os ilustradores, ele passava o texto, ele tinha essa carta branca pra escolher os ilustradores mas acredito que era tudo discutido entre eles, lógico. Mas, como Diretor de Arte, escolhia e fazia um projeto gráfico ... E ele é um projetista gráfico fantástico. Então na Lê ... eu ficava mais tranquila quando era um trabalho feito com o Jan porque eu sabia que aquela minha dificuldade não ia ficar tão ... tão latente na coisa. Na Miguilim eu sentia a falta de orientação ... eu não era especialista, não tinha toda uma profundidade como o Jan, por exemplo. Mas, nem todos os ilustradores sentiam essa dificuldade. Agora, era muito por causa da minha exigência, também, saiam livros bonitos e ... a Antonieta, como ousadia, ela fazia em papel couché (...) Não saía tão ruim assim, era também um aprendizado." (II - N.3)

O depoimento de um ilustrador que hoje faz uma avaliação mais rigorosa de seu primeiro trabalho publicado pela Miguilim diz o seguinte:

"... É claro que um editor experiente ... quando pegou essa ilustração ela percebeu a imaturidade. Então seria interessante tanto para a Editora quanto prá mim, que houvesse uma conversa sobre ilustração, uma observação, como se faz uma observação sobre um texto que não está conferindo." (II - N.5)

Outro entrevistado rememora, assim, a primeira fase de sua carreira, começada como autor da Miguilim:

"Quando eu trabalhei com a Antonieta ... eu lancei lá três livros: foi aquele primeiro em 1983, e depois mais dois lá para 1987 ... era sempre com a Antonieta, a gente ... eu fazia o projeto gráfico, a gente sentava, discutia ... (...) Então, como eu ficava muito envolvida com a ilustração e tinha pouco conhecimento com a parte gráfica, muita coisa que eu poderia desenvolver melhor no livro eu não conseguia! Então, hoje eu vejo esses livros e aí eu vejo ... puxa, como é que poderia ter saído melhor!" (II - N.3)

O autor conclui esta parte do seu depoimento reiterando a necessidade de se ter um especialista em produção gráfica dentro de uma editora e faz uma crítica à concentração de tarefas nas mãos de uma só pessoa.

"Eu acho que em toda editora é necessário ter um diretor de arte. Porque eu acho até que é sobrecarregado para uma pessoa só que seja divulgadora, diretora, dona da editora, que selecione os textos, é muita coisa, e talvez seja essa coisa sobrecarregada ... uma parte pode ficar a cargo de outros especialistas ... (II - N.3)

Um depoente menciona, justamente, a colaboração de um especialista em produção gráfica:

"Não havia na Miguilim, na época, produtor gráfico. Se bem que Paulo Bernardo [Ferreira Vaz] sempre foi uma figura muito importante ... embora ele não pertença à Editora, ele teve um papel muito importante na Editora, ele colaborou muito com a Editora Miguilim no cuidado editorial." (II - N.2)

O entrevistado identificado como II. - N.1 retoma a palavra e também lembra que:

"Depois, teve uma época que o Paulo Bernardo [Ferreira Vaz] andou fazendo muitos projetos gráficos lá, [na Miguilim] mas na época que eu fiz todos esses livros prá eles não tinha. E .. a parte de produção, de acompanhamento gráfico, fotolito ... eu não acompanhava. Eu não tinha subsídio técnico naquela época, ainda. Hoje eu posso acompanhar fotolito na gráfica. E quem acompanhava era a Antonieta, que também não tinha. Ela foi aprendendo aos trancos, igual eu fui aprendendo. E hoje acho que ela não faz mais isso, parece que ela trabalha mais na Livraria do que na Editora. Lá deve ter mudado algumas coisas ..." (II - N.1)

A partir do contato com editoras maiores e mais estruturadas o entrevistado formou uma opinião mais crítica sobre o posicionamento da Miguilim, que ele explica do seguinte modo:

"Quando tomei consciência disso, que eu fui tomar consciência com outros editores, com outras editoras maiores que tinham produção gráfica, que tinham todas essas coisas, muitas vezes eu questionei isso com a Miguilim, mas não adiantou não. Elas não tinham muita estrutura financeira pra isso também. Como pra elas o mais importante era a qualidade de conteúdo, e tudo, elas investiam no que elas achavam que era mais importante, que foi isso, e tiveram muito bons resultados. Elas têm muitos livros bons, mas têm muita coisa ruim ... do ponto de vista de produção. O que também, não invalida, absolutamente, o trabalho delas." (II - N.1)

O mesmo depoente continua seu relato, discorrendo sobre como a mesma questão se apresenta na Lê. Ele compara:

Há autores que, ao apontarem problemas ligados ao setor de produção gráfica, sugerem que uma saída possível seria uma relação mais estreita do próprio autor com o processo editorial. Começando por considerar a situação nas duas editoras o depoente afirma:

"No caso da Lê, lá tem uma pessoa Ó-T-I-M-A, que é o Alexandre, uma figura muito boa de produção. O Eustáquio também, quando trabalhava na Lê, era uma pessoa que tinha muito conhecimento de produção, que podia dar um bom acompanhamento de produção. Na Miguilim, eu tenho a impressão que tem sido feito sem essa ajuda profissional de fora, sem um contrato com uma pessoa que siga a produção. Mas é porque o tamanho da editora também não comporta, é um profissional a mais." (II - N.1)

Prosseguindo, ele relembra as condições de produção do seu primeiro livro na Miguilim, sendo ele já autor consagrado, nessa época:

"Era um livro muito caro, a Editora estava iniciando, ela tinha uma livraria e tinha ainda um número pequeno de livros publicados. Acredito que tinham um capital de giro mínimo, então eles teriam dificuldade de executar o livro de acordo com o meu desejo. (...) Minha exigência em relação à produção do livro é muito grande. O pessoal ri um pouco de mim, o pessoal me acha um pouco fanática, mas eu realmente gosto de acompanhar a feitura do livro, inclusive do lado da máquina. Acompanhar inclusive o seguimento de máquina, não só a aprovação de fotolito e a aprovação das primeiras folhas rodadas mas o próprio seguimento de máquinas e ... é ... a Antonieta também nisso foi muito acessível. Nós procuramos um gráfico da minha confiança e foi possível fazer um trabalho inclusive de restaurar o fotolito que não estava muito bom, que não foi muito bom. Inclusive agora, recentemente, refizemos os fotolitos para uma próxima edição que pretende ser tão cuidada quanto a primeira." (II - N.1)

Valorizando as relações que se criam entre os agentes do campo de produção do livro, um entrevistado aponta, por outro lado, para a questão da alta rotatividade de profissionais no setor editorial.

"Há um turn over muito grande. O pessoal sai, entra gente nova, quando você está acostumando com uma pessoa ... Na Lê, por exemplo, tinha o Jan que era uma figura fantástica, o Jan saiu de lá, depois veio o Marquinho que também era muito bom, o Marquinho saiu ... Então isso acontece em todas as editoras. Agora, eu acompanho tudo, com o ilustrador, com o diagramador ... com as editoras de Belo Horizonte é mais fácil porque o pessoal está aqui. Mas mesmo nas editoras de São Paulo eu tive contato com os ilustradores, com os diagramadores! Eu acho que há uma cumplicidade enorme entre todo mundo que faz o livro, desde aquele que faz o fotolito até o pessoal da gráfica, quer dizer ... Se você está interessado e vai e busca e procura ... até a escolha do papel, a escolha de tudo ..." (Aa - N.5)

A alusão à cumplicidade entre os que trabalham na produção do livro conduz à questão da interação escritor/ilustrador, já bastante discutida e até banalizada pela frequência com que se vem repetindo que o livro de literatura infantil² é arte literária tanto quanto arte gráfica devido ao peso equilibrado de ambos os aspectos na sua concepção e feitura. Entretanto, permanecem alguns aspectos da questão a merecer novas abordagens. No tópico seguinte escritores e ilustradores colocam-se diante do problema da interação texto/ilustração no momento da criação e respondem se as editoras em estudo facilitam ou não a aproximação entre os dois criadores.

² O livro juvenil aproxima-se mais do livro feito para o adulto e, muitas vezes, prescinde da ilustração para atingir o leitor.

c) Interação escritor/ilustrador

Do ponto de vista dos editores foi declarado que a Editora Miguilim incentiva a comunicação entre escritor e ilustrador, acreditando-se que a troca de idéias ajuda a aprimorar o conjunto, ou seja, o livro acabado; a Lê deixa em aberto este aspecto da interação entre os criadores, apenas favorecendo os contatos quando isto for do interesse dos mesmos.

Quanto aos autores entrevistados, a posição em relação ao problema obedeceu a uma gradação interessante, que varia do valor que se dá à aproximação com o outro criador enquanto pessoa, inspiradora do "clima" que envolveu o processo de criação, no caso, do ilustrador:

"É aquela velha frase que todo mundo usa, é um casamento, é uma parceria, tem que haver mesmo, e é supergostoso. (...) Então, quando a gente trabalha com o ilustrador, quer dizer, mais direto com o autor, é muito melhor. Não é trabalhar junto, mas assim ... ouvi-lo, ouvir as histórias dele, saber o que ele gosta. Então, pra mim, tem sido muito mais fácil, é muito mais fácil quando eu tenho esse contato com o autor." (II - N.3)

Passando pela valorização da criação conjunta, uma co-autoria:

"Todos os quatro [publicados pela Miguilim] são co-autoria. Co-autoria porque nós trabalhamos juntos, um sugerindo pro outro, e mostrando, e consultando, faz assim, faz assado, foi uma coisa muito junto mesmo. Coisa completamente diferente do outro livro meu, que saiu por uma outra editora, que eu vi pronto." (Aa - N.3)

Eu acho que cada vez mais passa a ser uma prática [a interação facilitada pelas editoras, no caso a Lê] a ponto de nós chamarmos hoje o ilustrador de um co-autor. Eu acho que o ilustrador não

pode roubar o texto nem empobrecer o texto. Quanto melhor for esse casamento, melhor. Eu costumo comparar com o Milton Nascimento e o Fernando Brandt. Se o ilustrador e o autor conseguirem o que os dois conseguiram na música, letra, música e canto, aí realmente é uma obra de arte. (Aa - N.5)

A independência como fator importante na criação de texto e ilustração do livro infantil foi ressaltada pela maior parte dos autores entrevistados, que afirmam serem duas linguagens diferentes, que nascem de visões diferentes de um mesmo tema. A propósito, relata um deles:

"A Lê não interfere muito, eu acho. Então o autor tem o diálogo que quiser com o ilustrador. Eu acho que as duas coisas são duas obras ... engraçado, eu acho que são duas coisas até distintas. É, duas criações de um objeto, que é o livro. Você tem duas criações, e eu acho isso muito interessante porque só enriquece, porque você não precisa, às vezes de ... a ilustração não traduz o livro. O texto, que por si só já é inteligível, é uma coisa que faz você divagar, fantasiar, criar imagens. O texto escrito, por si só, eu acho que é uma fonte de imaginação, de fantasia e eu acho que ilustração dá uma outra visão do mesmo assunto, então ela enriquece neste ponto, é uma visão plástica da literatura, eu acho." (II - N.3)

"Eu acho que [o contato com o autor] facilita mas não é indispensável, absolutamente. Porque uma coisa que desde os tempos do curso lá da Antonieta, uma coisa que ficou muito clara pra mim é que nós temos a linguagem imagem, que tem que ser, claro, interligada, mas a função da imagem já deixou, há muitos anos, de ser decoração no livro. Então a função da imagem é acrescentar, é reinterpretar, e muitas vezes no contato com o autor, ao contrário, há uma dificuldade muito grande para ele entender isso. Eu já tive autor que, na hora que estava escrevendo imaginou uma cena que queria que eu fizesse ... o ilustrador não tem que psicografar a mensagem do autor, não!" (II - N.1)

É interessante conhecer o processo de amadurecimento de um autor em relação a essa questão:

"Depois de um certo tempo é que eu fui perceber ... quer dizer, nessa minha inexperiência com a ilustração de texto, depois de ter passado por essas experiências, depois de ter visto outros autores, de ter visto outros textos eu comecei a perceber a possibilidade de, num mesmo livro, coexistirem completamente diferentes, embora baseados na mesma historinha, digamos assim. Eu poderia ter uma visão pesada de uma história que para o autor seria leve, que é a no caso do livro em questão, a peregrinação de uma personagem e o encontro. Eu poderia fazer, por exemplo uma paródia disso, ao invés de seguir os passos do texto do autor. Eu poderia ter colocado uma visão mais crítica desse texto. Não sei se o autor concordaria em publicar, mas seria uma possibilidade que eu disporia. Inclusive pra contestar o próprio texto, pois são tão independentes, eu acho, e é isso que torna o livro infantil, a ilustração e o texto verbal interessantes. Como é que dois textos podem conviver de uma forma tão diferente!" (II - N.5)

Sob outro prisma, parece importante destacar que o artista pode exercer sua independência não apenas em relação à linguagem textual mas também quanto aos padrões normalmente aceitos como a linguagem visual própria para crianças e jovens. Esta é a colocação de um depoente:

"Tive uma proposta de ilustrar/projetar graficamente um livro de Bartolomeu C. Queiroz e pude, ali, realizar um projeto que vinha de encontro à produção de livros esteticamente bem elaborados e de menor custo (duas cores). A 'ousadia' de fazer livros para crianças e adolescentes que não estampasse o festival de cores e formas habituais foi muito bem aceita tanto pela crítica quanto pelo público consumidor de livros infantis e juvenis. (II - N.4)

O leque de opiniões sobre a questão texto/imagem se completa com as formulações dos autores que acreditam na supremacia do texto, embora permaneça implícita a idéia de duas linguagens independentes.

E finaliza, ironizando o processo de criação de "certos senhores" que se sentam em suas casas e dizem:

"Hoje vou escrever um livro para as criancinhas do Brasil". (Aa - N.2)

d) O produto

A satisfação do autor com o produto final, o objeto livro, depende, em parte, das negociações que trava com o editor durante a negociação dos originais e o processo de produção. O comentário de um autor entrevistado exemplifica esta afirmação:

"Eu me preocupava muito com o cuidado editorial, por exemplo, a qualidade do papel, a qualidade de impressão, qualidade de encadernação e eu tive também acolhida quanto a esses anseios na Miguilim." (II - N.2)

Mas, o êxito na negociação afirma-se uma vez mais, está condicionado à relação imediata entre a posição que o autor ocupa no campo (iniciante, consagrado) e a tendência da editora para o eixo cultural ou comercial, tendência esta que pode oscilar durante o seu ciclo de vida em função de fatores internos ou externos (alternância de pessoas ocupando cargos de chefia, saúde financeira da empresa, exigências do mercado, etc.).

Um autor com extensa bibliografia publicada comenta, referindo-se especificamente à Editora Lê:

"... de modo geral, eu não tenho tido nenhuma dificuldade nessa área porque eu procuro, eu vou atrás, eu quero saber, eu quero ver

A este respeito, declara-se em primeiro lugar:

... Depende muito da editora. No caso da Miguilim e da Lê foi-me dado toda liberdade. (...) Eles acreditaram em mim, me deixaram solta, e eu acho ótimo. Quanto mais liberdade melhor. (...) Eu acho que a aproximação deve ser com o texto, e o texto não tem nada a ver com o autor. O texto é um acontecimento e o autor é uma pessoa, e é com esse texto escrito que eu tenho que trabalhar, e não com a pessoa do autor. (...) Eu acho que eu vou ter que ler o texto a partir do meu imaginário e que essa interferência do autor acaba sempre sendo irrelevante." (II - N.2)

O mesmo ilustrador reforça sua posição em relação ao texto escrito:

"Meu respeito pelo texto é tão grande que eu acredito que, se em algum momento, minha ilustração chamar mais atenção do que o texto em vez de fazê-lo brilhar eu agi mal e fiz um mau trabalho. Mas eu acho que nós estamos realmente a serviço desse texto, e se o texto ... e se a gente não encontra qualidade nesse texto, o meu critério é não aceitá-lo." (II - N.2)

A defesa da supremacia do texto, criação essencialmente literária com forma e conteúdo próprios, resguardada, portanto, dos constrangimentos impostos por um agente externo a ele, encontra no autor abaixo citado seu representante mais significativo. Diz ele:

"Sempre trabalho com ilustradores escolhidos por mim, artistas de renome. Hoje considero que livro é basicamente texto, prescinde da ilustração, embora continue valorizando o livro bem planejado graficamente." (Aa - N.2)

Prosseguindo, considera que sua obra não tem nenhuma aproximação com uma certa literatura infantil e juvenil "fabricada" e afirma:

"Não faço livros 'para crianças', faço 'literatura'." (Aa - N.2)

o produto, mas mesmo assim, às vezes ainda tem defeitos! (Aa - N.5)

Assim, não é raro que surjam conflitos entre criadores e editores, centrados na qualidade do produto colocado no mercado. Assim se manifesta um entrevistado:

"... ao longo dos anos decepcionei-me com a Editora Miguilim que está realizando hoje um trabalho descuidado como produtora e desatento como distribuidora. Veja o caso de uma obra minha que foi lançada com paginação errada e, embora eu venha há três anos solicitando à Editora a correção desse erro de produção, não fui ainda atendido. Por esse motivo, entre outros não publico mais nada pela Miguilim. Meu último livro publicado por essa editora saiu em 1987." (Aa - N.2)

Embora o catálogo da Lê e da Miguilim tenha bons exemplos de obras que contribuíram para mudar a paisagem gráfica da editoração do livro infantil e juvenil brasileiro, uma investigação junto aos autores revela aspectos problemáticos decorrentes de causas diversas. Sobre a assessoria (ou falta) de um editor de arte revela-se o seguinte:

"A Miguilim solicitava o acompanhamento da produção gráfica mas nem sempre me foi possível fazê-lo passo-a-passo (como é necessário para a obtenção de um bom produto gráfico). Fui solicitado por esta Editora para fazer o projeto gráfico e aprovar a impressão de uma obra em 1986, por exemplo. Mas do miolo. A capa da primeira edição deveria ter sido impressa em azul-noite no verso, saiu sem impressão: na primeira reimpressão foi corrigido. Já uma obra anterior, de 1985 como ilustrador só a vi no dia do lançamento. Impressão desastrosa, tanto da capa quanto do miolo." (II - N.4)

O fator custo influenciando a qualidade do produto, sobretudo das edições subsequentes a uma primeira, mais cuidada, é um aspecto que motiva muitas reclamações de autores. Afirma um deles:

"Eu acho que a editora Lê vem descuidando da parte gráfica desse livro, porque a principio ele foi impresso [em 1986] com muito critério em termos de papel, de impressão, e ultimamente eles têm deixado cair a qualidade, acho que em função de custos. Eu não acho isso legal, acho que eles têm que manter a qualidade, mesmo que o lucro não fosse assim tão bom." (II-N.3)

Sobre este aspecto acrescenta-se ainda, referindo-se também à Lê:

"... Os fotolitos vão ficando velhos, não se faz fotolito novo, às vezes o papel piora nas outras edições porque o livro já está vendendo, já está comercialmente numa situação muito boa então, pra baratear custos... essas são coisas comerciais que eu não entendo." (Aa-N.5)

Ou ainda:

"... e houve então uma grande abertura, a Lê aceitou minhas exigências e a primeira edição saiu lindíssima, do ponto de vista gráfico. Mas depois, foram feitas outras edições e que, pelo problema comercial, foi usado um papel mais barato, foram feitas impressões mais apressadas, com menos cuidado, então houve uma mudança, uma pequena mudança na qualidade do objeto." (II-N.2)

Uma situação bastante semelhante é vivida pelo mesmo autor na Miguilim, que relata o ocorrido:

"Decorre de circunstâncias... fotolitos que não ficaram tão bons quanto eu queria e... o cuidado de impressão talvez também não tenha sido... o gráfico não tenha tido o cuidado que eu gostaria que tivesse... mas não são coisas de maior importância, são coisas menores. Depois dessa primeira edição foram feitas outras edições em que houve uma perda, aí sim, significativa, porque, por problemas econômicos usaram um papel de menor peso, deixaram de usar o papel que havia sido escolhido, mas isso tem sido conversado e há uma abertura da Editora [Miguilim] pra gente tentar fazer uma nova edição bem caprichada para que o livro continue no mercado com o mesmo padrão de qualidade." (II-N.2)

Assim, sobre a satisfação com a obra transformada em objeto, as declarações dos depoentes permitem que se questione até que ponto tais descuidos com um produto que se quer bonito e tecnicamente bem feito resultam da crise econômica que atinge principalmente as empresas menores ou se, num desrespeito à criação artística, estariam os produtores culturais apenas reproduzindo o princípio capitalista de minimizar os custos para maximizar os lucros.

Na perspectiva mais ampla da questão da legitimidade que cada grupo de agentes dentro do campo em estudo pretende conferir ao produto livro infantil e juvenil, as formulações dos criadores permitem pensar que o conflito, latente ou declarado, entre os dois grupos se localiza em pontos diferentes numa e noutra editora.

- Em relação à Miguilim, está na base da estrutura da empresa que pelo tamanho modesto e capital de giro reduzido não comporta a contratação de pessoal especializado para as diferentes funções de uma editora. Colocações de diversos entrevistados apontam como problemática a (não) divisão de tarefas na Miguilim onde um editor, inquestionavelmente autorizado a trabalhar o verbal acumula, sem ter para isso a necessária qualificação, a função de editor de arte.

Entretanto, esta não é uma situação específica da Miguilim. Como outras editoras ditas culturais, que renunciam ao lucro pelo lucro, a Miguilim torna-se, num certo sentido, vítima da negação ao fator econômico. Optando por permanecer pequena e pouco estruturada profissionalmente acaba por perder os talentos que "descobriu" e consagrou, conforme depoimentos aqui registrados, para editoras mais sólidas que oferecem melhores

condições de impressão, assim como de distribuição e direitos autorais, como se verá mais adiante.

- Em relação à Lê os conflitos têm sua base na filosofia da empresa que vê no livro infantil e juvenil, acima de tudo, um investimento econômico, que deve se rentabilizar ao máximo. As colocações dos autores se referem criticamente a essa opção pelo livro como objeto comercializável que, ao alcançar um ponto de equilíbrio nas vendas deixa de merecer o investimento inicial em papel de boa qualidade, impressão bem cuidada, etc. Consideram eles que isto representa um menosprezo à criação, principalmente ao trabalho do ilustrador cujo produto "não é o que ele faz na prancheta mas o que aparece no livro" (II-N.2). Embora se mencione a infra-estrutura que a Lê possui para produzir bons livros, inclusive contando, ao longo de sua atuação no campo editorial, com bons produtores gráficos elogiosamente citados, considera-se que a grande massa de livros "fabricados" para se vender nas escolas revela uma desconsideração não apenas com o autor (o verdadeiro) de literatura, mas também com a criança brasileira... "Você vai ter que chegar à conclusão que tem editor que acha que qualquer coisa serve para a criança... (II-N.1)

5.4.3 Relações de trabalho

O modo de produção intelectual sofreu mudanças significativas não apenas na sua prática como também nos valores e ideologias em decorrência da transformação das condições sociais de produção que acompanharam a era da reprodutibilidade técnica. Do artesanato intelectual que o escritor e o artista praticavam, produtores independentes, com um equipamento reduzido ou inexistente, são agora instados, progressivamente, a integrar um trabalho coletivo, dependente de equipamentos onerosos (computadores, por exemplo,

antes restritos à área científica), trabalho que se realiza, em muitos casos, no interior de unidades de produção diferenciadas e, muitas vezes, hierarquizadas técnica e socialmente (BOURDIEU, 1982).

Assim, se todas as relações sociais são condicionadas por relações de produção, a primeira exigência para o autor diante daquelas mudanças, acredita Walter BENJAMIN, (1985), é a de repensar a sua própria posição no processo de produção.

Quando solicitados a se manifestar sobre suas relações de trabalho com as editoras em estudo os autores entrevistados revelam aspectos importantes de sua luta para fixar posições no subcampo da produção editorial do livro infantil e juvenil brasileiro. Por sugestão dos próprios autores entrevistados, várias vezes reiterada, julgou-se oportuno apor aqui, o parecer de um advogado autoralista, quer dizer, especialista na questão dos direitos autorais. Na ótica desse especialista a questão das relações entre escritores e ilustradores infantis no Brasil atual assim se coloca:

"Eu tenho a impressão de que essa questão envolvendo o autor de literatura infantil e o ilustrador prenuncia, num horizonte próximo, algum tipo de modificação. Eu posso dizer isso com uma certa esperança porque acaba de ser criada em São Paulo [1992] uma associação que envolve ilustradores e escritores de literatura infanto-juvenil. Eu tenho a impressão que essa entidade que agora se cria, terá condições de canalizar uma série de reflexões e debates envolvendo questões específicas por que passam os escritores e os ilustradores de literatura infanto-juvenil. Eu só acredito em modificações mais verticais, mais substanciais a partir do momento em que essas questões passam a ser estudadas com verticalidade e seriedade. É chegada a hora ao meu ver, de os criadores intelectuais deste país, e pouco importa aí a área em que eles especificamente atuam, a área de sua criação intelectual, comecem a tomar consciência e conhecimento de que existe um arcabouço legal colocado à disposição para proteção da obra e, em última análise, para proteção do autor. Existem questões que

envolvem principalmente a ilustração e que se encontram, entre nós num patamar bastante primário." (Ad.a)

De fato, um dos aspectos que se destacam a partir dos depoimentos dos autores é o desconhecimento de seus direitos no momento em que estabelecem sua primeira relação de trabalho com os editores. Sobre esse aspecto apresentaram-se as seguintes colocações:

"Na assinatura desse contrato aqui, por exemplo eu não estava como profissional, ainda. Eu passei a ser profissional à partir do momento que eu assinei o contrato. Mas eu não tinha uma experiência profissional anterior que pudesse fazer com que eu tivesse uma postura X ou Y. E, engraçado que, quando a gente começa uma carreira ou começa a se entranhar em determinadas áreas, a princípio é difícil ter uma visão profissional, uma visão fria das coisas. É quase como um favor que a Editora estaria fazendo em aceitar o seu livro." (II-N.5)

"... eu não me lembro mais, só sei que elas [as editoras da Miguilim] tinham esse modelo de contrato e eu aceitei, eu não tinha muita experiência... na época eu não sabia que tinha essa coisa de pagar as ilustrações, eu não tinha contato nenhum, eu não conhecia nenhum outro ilustrador..." (II-N.3)

"Os contratos já existem. Você lê ali, aceita ou não aceita. Não tem essa negociação, o que você gostaria de mudar! (...) No caso da Lê, dos meus 7% de autor eu dei 3% para a ilustradora. A editora não pagou nada a ela de como se paga normalmente e eu venho pagando a ilustradora pelo trabalho dela. Quer dizer, eu abri mão do meu direito. Para a Editora foi ótimo, ela faz uma economia. Mas na época eu não tinha consciência disso, não. Hoje é que eu tenho." (Aa-N.6)

"... Então você faz um trabalho com o máximo de profundidade possível, o máximo de filosofia, de intenção artística e tudo e depois você tem mesmo o reverso da moeda, o lado concreto da negociação desses contratos; quando você entra no mundo editorial eles já estão praticamente acertados, existe uma faixa de contratos, você aceita ou não aceita... Então é muito difícil você

querer virar o jogo, de repente, você precisa ter já uma penetração nesse mundo aí muito grande pra você ter uma voz ativa de querer mudar alguma coisa..." (II-N.2)

As relações de amizade que permeiam o relacionamento profissional são também destacados:

"Eu gosto dela... o meu relacionamento com a Editora Miguilim é um relacionamento muito... eu não diria nem de pai pra filho, acho que de mãe pra filho, porque é uma editora de mulheres, essencialmente de mulheres, e que eu acompanhei, acompanho há muito tempo... Acompanhei mais ou menos a criação da Miguilim que foi a época exatamente que eu conheci a Antonieta, então, a gente tem um carinho muito grande, quer dizer, eu não sou só um autor da Miguilim, mas eu sou um divulgador da Miguilim. Eu acho que o trabalho deles é muito bom e procuro sempre... mostrar... exatamente por ser uma editora pequena e que tem toda uma concorrência de outras grandes editoras. Hoje, se eles tem um nome nacional, é fruto também de todas essas pessoas que acreditaram e que trabalharam junto com eles. Então eu penso que o meu relacionamento com a Miguilim não é uma relação nem de autor e editor! É uma relação de amigo pra amigo, mesmo." (Aa-N.3)

"Com a Lê, agora, é através do Lino, o Lino de Albergaria. E continua sendo uma coisa super-tranquila. Com a Miguilim tem muito tempo que eu não faço nada e... mas tem essa relação da amizade." (II-N.3)

"A Antonieta é... eu acho fantástico esse papel dela. Eu brinco com ela que ela é meu modelo de mestra, porque eu sou professora, também. E o jeito que ela trata, o jeito democrático, o jeito que ela encara a literatura, eu acho que tudo isso é uma coisa muito válida que, inclusive, te dá segurança. Porque eu estava indo nesses cursos pra buscar segurança, eu não sabia se o que eu escrevia tinha a ver com o que estava aí no mercado, e tal. E também não queria fazer nada comercial, tipo fazer isso pra vender. Você tem que também, pelo menos, atender ao seu íntimo. E graças à Deus, deu certo." (Aa - N.6)

Embora alguns autores tenham mencionado um modelo de contrato dentro de cada editora, vigente para todos os autores contratados pela mesma Casa, ao se comparar os vários depoimentos observa-se que há dentro de uma mesma editora, formas diferentes de pagamento. Essa diversidade de tipos de negociação entre autor e editor sugere a situação a que os criadores estão sujeitos por desconhecerem o "arcabouço legal" existente para proteção da obra e do criador. Compare-se os depoimentos que se seguem, de escritores e ilustradores:

"Acho que há formas diferentes de contrato. Cada autor consegue contrato diferente, embora todo editor diga que tem um contrato padrão, cada autor negocia seu contrato." (Aa-N.1)

"A Miguilim é praxe: é 10% dividido entre autores e ilustradores. Se tiver dois autores e dois ilustradores é 2,5% pra cada um. Eles dividem! E eles não abrem mão de mais do que isso: é 10% de direitos autorais. Então, no caso, por exemplo, o livro que eu tenho com outro ilustrador é 5% pra cada um." (Aa-N.3)

"Desde o primeiro livro editorado na Miguilim, as editoras propuseram o pagamento de direitos autorais. Como projetista/ilustrador preferi sempre o pagamento pela criação do trabalho, recebendo na entrega das artes." (II-N.4)

"Isso varia. A Ática é 6%, 5%. A FTD é 10% sagradamente para qualquer autor. Na Lê varia de 7% a 10% conforme a época do contrato (...) Tem editora que vai aumentando o direito autoral conforme o número de vendas. Por exemplo, de 1 a 3.000 exemplares é tantos por cento, por exemplo, 7%. De 3.001 a 6.000, 8%. De 6.001 a 9.000..." (Aa-N.5)

"... a Lê ... eles não pagam direito autoral para ilustrador, ou pelo menos não pagavam nessa época. Eles pagavam o trabalho do

ilustrador e o ilustrador, após vender o trabalho, não tinha mais nada a ver como autor, com os direitos autorais." (II-N.2)

"Na Miguilim funciona assim: eu tenho 5% e o ilustrador tem 5%. Isso foi por efeito de contrato desde o início, eu não sei como é que a Miguilim está fazendo contrato agora, mas desde o início eles dividem o direito autoral, que normalmente é de 10%, entre autor e ilustrador. Agora na Lê eu tenho 7 livros, então nos livros que outros ilustradores ilustraram eu tenho 7%. Eu não entendo porque a Lê não dá 10%. E nos livros com a Ana Raquel eu, por livre arbítrio, resolvi dividir meus direitos autorais com ela. Então eu tenho 4% e ela 3%." (Aa-N.6)

"Dez por cento eu peço pelo texto e peço, à parte, uma porcentagem pela ilustração, quando eu sou autora e ilustradora. Quando eu sou ilustradora eu peço uma parte em porcentagem e uma parte na entrega também." (Aa-N.1).

Os dados oferecidos pelos depoimentos que se acabou de ler confirmam a constatação feita pelo advogado de que, mais que os escritores, os ilustradores desconhecem seus direitos favorecendo, como se verá mais adiante, situações de conflito com as Editoras.

O Advogado prossegue explicando, na colocação abaixo, o que configuraria uma relação autoral entre ilustrador e editora.

"Eu acho que o ilustrador, e na maioria os ilustradores desse país só recebem direitos autorais, salvo raras exceções, na medida... e consideram que isso seja um pagamento de direito autoral, quando entregam os desenhos que foram solicitados pela editora. Na verdade o que ocorre, essa relação não é uma relação autoral, essa é uma relação de prestação de serviço, até porque ilustrações poderão vir a ser usadas ou não, vai depender do alvedrio, do arbítrio do próprio editor. Agora, a partir do momento em que a ilustração figura no livro, e este livro é publicado, é reproduzido, eu acho que aí nasce uma relação autoral absolutamente nova para a grande maioria dos ilustradores brasileiros." (Ad.a)

Voltando-se às declarações dos autores ver-se-á que apenas aquele identificado como Aa-N.1, na última parte transcrita de seu depoimento, "pede" da editora contratante um percentual pelos direitos autorais e uma parte do pagamento pela entrega dos trabalhos como seria a relação de trabalho legalmente correta, na perspectiva do advogado autoralista consultado. Continuando o seu depoimento esse autor explicita melhor como vê a questão do pagamento ao ilustrador:

"... Quer dizer, um mínimo de direitos para o ilustrador. É pena que isso esteja muito mal colocado, porque o editor fala: 'Ah! Você tem 2%? Então o autor vai ter 6%'. Mas não tem nada a ver uma coisa com outra. O autor tem 10% e eu estou pedindo 2%. E eu já consegui assim que o autor mantivesse seus 10% e que eu tivesse mais 2% ou mais 3%, sem prejuízo do autor. Por que brigar consigo mesmo? Em última análise você está brigando contra você mesmo." (Aa-N.1)

Mas, a grande maioria dos ilustradores vivencia a questão de maneira diferente, alegando aceitar a situação imposta pelas editoras por questões de sobrevivência. São significativos, sob este aspecto, os depoimentos seguintes:

"Normalmente isso não é aceito pelas editoras, comprar os trabalhos e pagar o direito autoral, acho que nem em São Paulo. Acho não, nem nas editoras de São Paulo a gente consegue fazer isso, pelo menos eu. Agora, o que eu acho melhor é a gente... pelo menos eu, eu tento viver desse trabalho. Eu não tenho outro trabalho, eu sou só ilustradora, então eu preciso do dinheiro de imediato, para a minha sobrevivência, mesmo, e aí eu prefiro ceder os direitos autorais pra receber... porque os direitos autorais vão depender da divulgação, da venda, ela vem em porcentagens pequenas, vem pingando, a inflação corre muito e às vezes não dá nem para atualizar, para cobrar juros em cima disso." (Il-N.3)

"Eu vendo direito de publicação, pego os originais de volta, e... se eu for exigir 'só faço se for nesse contrato' eu não trabalho. Inclusive tenho feito uma coisa contra os meus princípios que é esse negócio de... porque mesmo fazendo assim, vendendo o direito de publicação a gente tinha que ter um contrato assinado, mas ... O editor não quer nem ouvir falar em modificar essa coisa. Já melhorou o mercado, eles estão pagando bem... Aqui em Belo Horizonte eu não sei porque agora que eu vou negociar com a Formato essa semana, esses meus livros que foram aprovados, e eu acho que não vai ter problema. Mas esse que eu acabei de fazer com a FTD, que foi bem pago, por exemplo, a FTD está com tabela boa de pagamento, mas é assim: entregou, deu nota fiscal, não sei o que e pronto. Nessa recessão o que que você vai fazer?" (II-N.1)

Se, conforme os depoimentos conhecidos fazem crer, o ilustrador é menos valorizado que o escritor na questão dos direitos autorais, se se considerar ambos os criadores numa mesma perspectiva ver-se-á que é a "legitimidade" conquistada pelo autor na ótica dos editores, que define o grau de sucesso na negociação dos contratos. Vale lembrar que a legitimidade de um autor, conforme vem-se tentando expor neste trabalho, se define, por sua vez, conforme varie a tendência ideológica da editora. Será o valor propriamente cultural, como as declarações dos editores da Miguilim fazem crer, reconhecido no interior do grupo de pares-concorrentes ou, pode ser o sucesso de público almejado pelos editores da Lê, valor medido, sobretudo, pelos índices de venda e, conseqüentemente, pela notoriedade junto ao grande público.

A igualdade de tratamento dada aos autores, pela Editora Miguilim, é ressaltada inicialmente por um entrevistado:

"... eu não conheço, no caso da Miguilim, algum outro autor que ganhe mais do que isso [10%]. Eu acho que não. Eu acho que nem o Bartolomeu que foi o autor carro-chefe deles tem um contrato diferenciado, nessa questão do percentual." (Aa-N.3)

Mas, considera que:

"Pode ser que tenha outras coisas. Por exemplo, eu sei que o Paulo Bernardo [Ferreira Vaz], o projeto gráfico dele é mais valorizado do que o de um outro iniciante. Então, ele pode negociar... Eu sei de outros ilustradores que já receberam outras formas de pagamento: muitos não querem direito autoral. Isso aí pode ocorrer." (Aa-N.3)

Estende suas considerações ao que acontece, segundo imagina, em outras editoras:

"... vamos pegar, por exemplo, o caso do Zivaldo. O Zivaldo, como já é um nome nacional... hoje, por exemplo, a Editora Melhoramentos, qualquer coisa que o Zivaldo fizer ela vai publicar. Ela paga o Zivaldo pra fazer os livros dela. Isso é depoimento dele, eu ouvi ele dizendo isso. Então já é um... ele tem um tratamento diferenciado em relação a outros autores. Quer dizer, os... vamos dizer assim, medalhões da literatura infantil, pois tem um time aí, Ruth Rocha, Ana Maria Machado, que tem um mercado certo, já têm uma publicação garantida, e isso implica diferenças de tratamento." (Aa-N.3)

E conclui, ressaltando a diferença de tratamento dada, pela maioria das editoras a autores consagrados e autores estreantes:

"Enquanto com um autor estreante eles negociam direito autoral, eles não se preocupam com o pagamento de direito autoral como deveriam, esses grandes nomes impõem um contrato, exigem o ilustrador, como é o caso da Silvia Orthof. Silvia Orthof atualmente só trabalha com o marido dela que é ilustrador. Por quê? Porque fica tudo em casa! Em vez de receber 5% de direito autoral recebem 15% ou até 20%. O Zivaldo exige de 10 a 15% enquanto normalmente eles pagam 5%." (Aa-N.3)

Reforçando o aspecto dos privilégios merecidos por autores consagrados, um autor fala de seus contratos com a Editora Lê, onde tem várias obras publicadas, com bom índice de vendas.

"Eu acho que os contratos de trabalho de um modo geral são muito unilaterais. No meu caso específico, eu tenho alguns privilégios dentro da Editora Lê, não sei se outras pessoas... eu estou chamando de privilégios porque eu sei que eu tenho. Por exemplo, adiantamento de direitos autorais a partir do lançamento do livro. O livro saiu do forno eu recebo um adiantamento que me é pago até 90 dias depois disso. Isso é uma vantagem. Eu tenho contratos que me permitem receber trimestralmente. E tenho contratos, que eram os contratos iniciais que eu... por exemplo, o livro que saiu em janeiro eu só vou receber em 30 de setembro, sem correção." (Aa-N.5)

Referindo-se também à Lê outro entrevistado observa que:

...O Autor de texto é um pouco mais respeitado mas também não chega a ser tanto. Na época em que eu ilustrava pra Lê ela não pagava 10%, pagava 7%. Agora, a gente soube que a Silvia Orthof, que é uma autora já muito mais conhecida do que todo mundo, enquanto os autores daqui estavam ganhando 7%, ela falou que só aceitava 10% e eles pagaram. E o povo daqui ficou tão furioso, porque o livro dela era... bom..." (II - N.1)

Tais contradições fazem emergir os conflitos, em meio aos quais a ambivalência da relação entre editores e criadores se manifesta, desvendando a verdade objetiva de cada uma das posições. De um lado os escritores e ilustradores, deserdados da antiga aura, dissolvida pelas transformações das condições sociais de produção, e que precisam sobreviver com seu trabalho ao mesmo tempo manual e intelectual. De outro, os donos dos meios de produção, editores-empresários ou empresários-editores, que tratam o intelectual e o artista com solicitude condescendente na medida em que preferem mantê-lo como personalidade autônoma, que difunde o saber e o conhecimento, sujeito "externo" às lutas de classe, conforme denunciava Gramsci (1968).

Pode ser apenas a declaração, entre desalentada e irônica, sobre o trabalho "abnegado" do artista:

"Eu acho muito pouco estimulante! Com a Miguilim meu contrato... o contrato reza 5%. E receber uma quantia quase que simbólica, sabendo que não é simbólica de fato, todo semestre, não é muito compensador." (II-N.5)

"É preciso ressaltar que o trabalho encomendado [pela Miguilim] previa o pagamento da criação gráfica. Isto é, o pagamento era feito contra a apresentação das artes-finais. Não se previa, o pagamento do trabalho de acompanhamento da produção que, se feita, sê-lo-ia generosamente para honra e glória da Senhora Literatura Infantil." (II-N.4)

Ou a crítica severa a indivíduos e entidades "em geral":

"Ultimamente não tenho mais interesse em participar de feiras de livros, congressos de literatura, etc., porque, embora veja a presença de pessoas de reconhecido valor nesses encontros, essas pessoas são em pequeno número e ficam diluídas na massa de "indivíduos e entidades" que se auto-promovem, de pessoas que julgam ter a procuração dos interesses da criança brasileira." (Aa-N.2)

O conflito pode estar subentendido quando se apontam falhas em certas práticas editoriais, sobre a periodicidade do pagamento de direitos autorais. Um autor com obras publicadas pela Miguilim dá o seu ponto de vista:

"Se os prazos de pagamento são cumpridos? M-a-i-s ou menos. A Miguilim não é muito rigorosa quanto a isso não. Atualmente eles estão pagando de 4 em 4 meses, mas sempre atrasa. O controle é muito certinho, eles mandam tudo direitinho, quantos livros foram vendidos, quantos foram distribuídos em promoção. Nisso aí eles são muito corretos. Agora, a periodicidade não é muito não. Depende muito da situação mesmo do país, da editora. Na época do Plano Collor houve um problema muito sério, eles não puderam pagar, então tiveram que... negociaram... No meu caso eu aceitei

em livros, a quota foi em livros, porque o dinheiro ficou bloqueado. Então, uma editora pequena sofre muito as questões contingenciais do país. A Miguilim não tem capital de giro, não é?" (Aa-N.3)

A periodicidade de pagamento, numa época de inflação alta é também o que incomoda um entrevistado que assim se manifesta, referindo-se à Editora Lê:

Normalmente os direitos autorais são pagos de 6 em 6 meses, mas agora, com essa coisa galopante que está aí, de vez em quando o pessoal têm pago de 4 em 4 meses, de 3 em 3 meses. Agora, um negócio que eu não entendo muito é porque que não é reajustado. Normalmente você recebe o direito autorial com o preço do livro da venda lá atrás. Quer dizer, quando você recebe já está bem defasado. Eu não entendo porque que o acerto tem que demorar tanto tempo se às vezes a venda na livraria é de 2 meses só. Isso me incomoda um pouco. (Aa-N.6)

A prática da Lê de pagar ao ilustrador pelas artes na entrega dos trabalhos, sem direito autoral é vista, hoje, por um entrevistado, como uma falha, embora na época em que foi lançado como ilustrador por essa editora isso parecesse conveniente aos seus interesses profissionais. Reflete ele:

"Então, eu acho isso uma falha, um erro. Na minha opinião isso é um erro porque a ilustração é um trabalho, é uma criação à parte até, é uma contribuição que enriquece, elas têm uma outra visão da obra, então é um trabalho de autoria, também. Mas como eu estava no meu comecíssimo de carreira, eu estava no meu embrião mesmo, e queria investir nessa técnica nova, então eu aceitei as regras que quiseram me impor. Aceitei e achei que era isso mesmo, eu tinha que aceitar, eu queria era ver o trabalho publicado e esperar depois, pra ver o que dava." (II-N.2)

Problemas inerentes à estrutura quase artesanal da Miguilim são levantados por um depoente:

"Eu não tive problemas na Miguilim, porque eu dividi direito autoral lá, e tal. A Miguilim paga pouco, é pequena e o que ela escolheu foi optar mais pelo conteúdo do que pela área empresarial. Eu acho que ela fica devendo pra ela mesma, essa coisa, porque, pra dar certo uma editora não pode ser só... cabeça, ela tem que ser... não pode ser só sonho... então, como empresa ela deixa a desejar. Na hora de pagar o autor tem várias coisas que não funcionam empresarialmente. O Bartolomeu [Campos Queirós] brigou lá, acho que foi mais ou menos por aí, coisa de distribuição. Porque não adianta fazer coisa boa... Mas, é uma história que eu respeito profundamente, porque teve a coragem de adotar essa linha." (II-1)

O mesmo depoente prossegue, referindo-se aos conflitos abertos que teve com a Editora Lê:

"Agora, quanto à Lê, eu tive brigas ... É preciso esclarecer que eu não tenho mais nada com a Lê, a não ser prá brigar na justiça." (II - N.1)

O autor tem, de fato, uma ação ganha em primeira e segunda instâncias contra a Editora Lê. No seu relato sobre a questão ele conta que sentiu seus direitos autorais postergados pela editora em questão quando esta fez publicar uma edição comemorativa de uma história de Alaíde Lisboa, publicada pela primeira vez em 1938 e reeditada pela Lê em 1982, com ilustrações do autor que narrou esses fatos. A edição comemorativa que deu ensejo ao litígio entre as partes saiu em 1988, em convênio com o Governo de Minas Gerais, numa tiragem de 10.000 exemplares. O autor das ilustrações alega que, mesmo tendo sido pago pelo seu trabalho na época da 1ª edição, deveria ter sido pedida a sua autorização para essa edição especial e, o que considerou mais grave, na quarta capa do livro foi feito, "arbitrariamente", uma adaptação da personagem central da história em forma de selo comemorativo. As tentativas de negociar com a Editora Lê, que se recusou a reconhecer a

irregularidade da situação, foram infrutíferas, explica o depoente, e assim foi movida uma ação contra a empresa, cujo resultado foi favorável ao autor. Acrescenta-se, ainda:

"E eu tenho outros livros lá na Editora, que foram pra FAE [Fundação de Assistência ao Estudante] que o autor recebeu e eu não recebi. Se eu quiser eu entro com outra ação, igualzinha a essa, e ganho de novo!" (II - N.1)

A dimensão desses conflitos declarados entre criador e produtor é analisada pelo advogado autoralista entrevistado:

"O que eu vejo é que, na verdade, na medida em que essas relações vão se dando e o tempo vai passando, parece que vai havendo uma maturação maior pra se entender que não se trata de uma radicalização entre os direitos do criador e os direitos da editora. Ao contrário. Ao mesmo tempo em que você não pode matar a galinha dos ovos de ouro, evidentemente que a galinha dos ovos de ouro não pode dar patada no pinto a ponto de alijá-lo da sua própria convivência. Então, eu acho que um termo da equidade, do bom senso, é que deve sempre prevalecer. E acabar com essa história de que existem interesses absolutamente semelhantes entre a editora e o autor. Eu entendo que são interesses absolutamente antagônicos, absolutamente diferentes porque são interesses de ordem econômica e evidentemente que a editora tem, quando coloca um produto no mercado, a finalidade e o objetivo de lucrar com aquele livro. É um empreendimento comercial! E o autor tem, evidentemente, o grande desejo de ver a sua obra publicada, aquela satisfação interior de quem cria, e ao mesmo tempo visa lucro, também, quer obter alguma vantagem com a sua obra. Então, essa hipocrisia que se estabelece de que são interesses absolutamente idênticos e semelhantes, em prol da cultura ... Eu acho que editor e autor têm que marchar juntos, sim, e eu não vejo porque se estabelecer um antagonismo, uma radicalização ... muito ao contrário! Mas também é preciso ter claro que esses interesses são bem nítidos e que por via de consequência a parte que estiver melhor organizada sempre estará conduzindo melhor os seus interesses." (Ad.a)

O que emerge a partir dessas declarações reforça as formulações de Bourdieu de que as transformações no modo de produção dos bens simbólicos favorecem a aparição de novos modos de pensamento e de expressão, reivindicando uma nova função na sociedade. A posição do autor identificado como Il-N.1 aproxima-se à do intelectual progressista, exortado por Brecht "a não alimentar o aparelho de produção sem, ao mesmo tempo, na medida do possível alterá-lo no sentido do socialismo" (BENJAMIN, 1985). E, como todos os pioneiros, enfrenta lutas muito duras, confrontações altamente difíceis. É interessante conhecer as reflexões que ele faz sobre as condições de trabalho do ilustrador de livros infantis no Brasil, em especial no Estado de Minas Gerais. Diz ele:

"O ilustrador não tinha muita consciência, e continua não tendo, melhorou um pouco mas ... Eu conheço muita gente que já foi lesada e não foi brigar porque acha que não vale a pena, porque acha que vai perder trabalho! Eu sei de vários, pelo menos concretamente eu sei de 3 casos de livros que eu deixei de ilustrar por causa dessa briga com a Lê! Porque o editor acha que ... agora, o editor que deixa de me contratar por causa disso também não me interessa. Porque, quem tem medo disso é porque está na mesma linha. Então a relação de trabalho é muito difícil. Já foi mais, mas ainda é muito difícil." (Il - N.1)

Entretanto, não são muitos os criadores dispostos ou em condições de repensar, de modo realmente revolucionário o seu próprio trabalho, a sua relação com os meios de produção. O depoente expõe, nesta parte do relato, o seu modo de ver esse lado da questão:

"... agora, acontece que tem dois motivos: primeiro é que a batalha pra sobreviver é muito grande então as pessoas não têm nem muito tempo pra isso, mas eu acho que, principalmente falta acreditar que vale a pena." (Il - N.1)

E, sobretudo, como não interessa ao sistema dominante incentivar a luta de classes, acrescenta-se:

"Já tem mais de 6 meses que eu ganhei essa causa - eu ainda não recebi, mas já tem mais de 6 meses que eu ganhei - e eu não consegui espaço na grande imprensa pra falar sobre isso! Porque não interessa pra imprensa falar sobre isso. Eu já dei entrevista pro JB [Jornal do Brasil], pra sucursal daqui, com foto, não sei se foi lá no Rio que brecaram, mas não saiu ... Dei entrevista pra VEJA, que até Marcelo [Xavier] também deu, pra VEJA Minas; saiu uma foto enorme minha e do Marcelo, sobre ilustradores mineiros, o enfoque principal da minha entrevista foi em cima disso, eles mandaram a Júnia me reentrevistar ... Cortaram tudo! Você lê a entrevista (TANURE, 1991) você acha que o ilustrador mineiro vive num mar de rosas. (II - N.1)

Coloca-se, então, a pergunta: como se apresenta, atualmente, o mercado mineiro para o autor de literatura infantil e juvenil?

Eis o que se argumenta:

"Eu comecei a fazer pra outras editoras de fora, por uma questão de sobrevivência, porque a Miguilim é uma editora que começou sem muita estrutura financeira e até hoje luta muito com esses problemas de mercado e não dava pra me pagar o mesmo que eu recebia no Rio e em São Paulo. Então o que que eu ia fazer? Eu tinha que viver ... E o mercado em Belo Horizonte até hoje é muito pior ... o que a gente ganha aqui é bem menor do que a gente ganha fora daqui. Então não foi por causa da Editora! Era uma questão de sobrevivência." (II - N.1)

O mesmo depoente conta um caso acontecido na Editora Lê:

"E eu lembro muito bem, que em 84 eu fiz 7 livros no primeiro semestre pra eles e na hora de negociar o preço, na época eu tinha acabado de fazer um livro pra Nova Fronteira que o preço tinha

sido 400 cruzeiros, 400 mil, não me lembro mais como é que era, 400, e eu pedi 300, 280, ou 300. É, eu pedi 300 na Lê porque eu sabia que ele [o Diretor - Presidente da Editora Lê] ... tinha sempre essa conversa:

- Ah! Mas aqui é Minas Gerais!

- Perai! Você vai vender o livro pelo mesmo preço que a Nova Fronteira, vai gastar o mesmo papel, o mesmo fotolito!

- Ah! Não, mas aqui é diferente ...

Eles acham que aqui a mão-de-obra é mais barata!" (II - N.1)

A diferença entre o mercado de Minas e de outros centros editoriais do país é destacada por outro entrevistado, que ressalta os seguintes aspectos:

"Eu vejo até que tem uma diferença entre São Paulo, Rio e Minas em termos de reconhecer o trabalho dele como meio de sobrevivência, quero dizer, a valorização financeira. Tenho até que colocar uma coisa aqui, que não é a valorização do profissional como artista, que valoriza-se, sim, em Minas, reconhece-se o talento, o valor ... a Miguilim, a Lê, a Formato, a RHJ, elas reconhecem o valor do artista, mas não há um equivalente financeiro para esse valor. E em São Paulo existe esse equivalente. É uma escadinha mesmo, São Paulo está num degrau Rio e Belo Horizonte, depois. Em termos de preço de ilustração e até em termos de profissionalização, de como lidar com o produto final. (...) Eles estão fazendo muito mais, eles estão fazendo sem parar ... Em São Paulo, mesmo as editoras que produzem menos, que têm uma divulgação menor, elas já têm um outro patamar. É ... é dinheiro. Então em São Paulo pode-se fazer um livro de capa dura. A [Edições] Paulinas está saindo com dois agora, um da Angela [Lago] e outro da Vivina [de Assis], de capa dura. Então, é dinheiro." (II - N.3)

Sem dúvida, o capital que gira em São Paulo e beneficia também a produção editorial é mais escasso em Minas onde, mesmo as editoras que valorizam o criador, o objeto bem feito, se retraem nessa época de crise. Mas este aspecto apenas ressalta a

verdade de que todo escritor é fundamentalmente um operário que produz sem, contudo ser o dono dos meios de sua produção (BENJAMIN, 1985).

Continuando na mesma linha, mas enfatizando a desvalorização do escritor e ilustrador, foi dito ainda:

"Eu sei que a valorização aqui é minúscula, da criação. Então eu acho que o empresário, esse empresário, do tipo específico desse da Lê, eles não perdoam o criador, tanto o autor de texto quanto o de ilustração ... primeiro que o ilustrador pra ele não é autor de nada, é um mero ilustrador, e o André Carvalho ainda faz questão de diminuir chamando-o de desenhista, é o desenhista. (...) Então, assim, não entrava na cabeça dele, e acho não entra até hoje, que isso é um trabalho de muita responsabilidade, e de muita seriedade e que não é fácil você ter um monte de coisas na sua cabeça, da mesma maneira que ele tem e senta na mesa dele prá trabalhar e eu sento na minha prá trabalhar. Nós estamos no mesmo nível. Então ele não perdoa, ele acha que o nosso trabalho é ameno e o dele é duríssimo, e não solta dinheiro pra pagar isso." (II - N.1)

A construção do "homem coletivo" de Gramsci, *homo faber* inseparável do *homo sapiens*, condição que reivindica esse depoente na sua argumentação, só é possível através do desenvolvimento de novas instâncias de organização da vida intelectual como os movimentos associativos, grupos de estudo, etc. Autores entrevistados falam sobre a oportunidade desses movimentos e o estágio atual dos mesmos em Minas Gerais.

"Eu acho que esses movimentos são necessários e até... não são tardios mas já era mais que tempo. Porque é um trabalho solitário tanto o fazer do artista quanto batalhar para que isso seja a sobrevivência da gente. Então é importante, é necessário ... o que a gente tenta, que eu tento lá na conversa com os editores, em qualquer editora que vá eu é que tento fazer essa luta, que é uma luta solitária. Então, se a gente tivesse um apoio maior em termos de associação, em termos de um agrupamento, esse tipo de agrupamento talvez minimizasse esse tipo de dificuldade. Agora,

eu acho que esse é um espaço a conquistar, então numa época isso era uma coisa muito mais difícil pra mim, negociar esse valor das ilustrações. Hoje já ... tenho dificuldade, sim mas é uma coisa muito mais fácil. Então, eu acho que é um espaço a conquistar, assim como a gente vai conquistando um espaço maior na parte artística ele tem que conquistar, também essa valorização profissional. Eu acho que a gente não pode esperar que uma hora ... porque elas são empresas ... que elas vão resolver de uma forma paternal esse problema, porque não vão mesmo. Então, é uma coisa a conquistar, mesmo." (II - N.3)

Participante ativo desses movimentos outro entrevistado assim se manifesta:

"Desde 1983 que eu participo de movimentos, de palestras e de movimentação em torno de melhorar essa questão de direito autoral do autor em geral. O autor de texto, já conseguiu um avanço muito maior do que o autor de ilustração, porque existe escritor no Brasil há muito mais tempo do que existe ilustrador. Fora que a conscientização profissional do ilustrador brasileiro tem acontecido de muito poucos anos pra cá. Quando eu comecei a ilustrar, prá se ter uma idéia, era im-pos-sí-vel saber quanto um outro ilustrador estava ganhando. Um não contava pro outro ... porque não tinham consciência de classe, e não têm ainda. Não existe classe mais desunida do que essa. Se a gente tivesse uma associação que ... uma coisa que a gente já tentou fazer, eu e outras pessoas, várias vezes, até conseguimos bom espaço no jornal, fizemos reunião, eu fui sócio fundador da Associação de Ilustrador do Rio, porque aqui a gente não conseguiu fazer nada. Aqui... aqui acaba existindo um grupo informal. Por causa de várias tentativas de fazer, a gente organizou mesas redondas, toda vez que eu ia pro Festival [de Inverno] nossa oficina de ilustração sempre tem essa parte ... Existe uma coisa assim meio informal." (II - N.1)

Se uma associação ainda não vingou, grupos de estudo e oficinas de ilustração têm tido papel importante na formação profissional e na conscientização de escritores e ilustradores de literatura infantil e juvenil em Minas.

Rememora-se essas experiências, nos anos 80:

".. e nós montamos uma oficina de ilustração. A gente teve várias turmas e no fim ficou interessante, lá estava virando um ponto de encontro de ilustradores porque funcionava à noite! As pessoas que já tinham saído voltavam, a gente fazia reuniões lá a respeito desses problemas todos, de conscientização. Chamávamos editores pra bater papo com os alunos pra conhecer o trabalho: e os trabalhos que a gente achava que valia a pena e sacava que o cara estava a fim a gente levava pro editor ver..." (II - N.1)

As colocações dos entrevistados permitem concluir que, embora não institucionalizado, existe um movimento em Minas Gerais em torno da questão dos direitos do autor, e que tem ganho impulso na medida em que os criadores tomam contato com outros mercados mais afluentes, com relações de trabalho mais definidas.

Referindo-se inicialmente à Associação de Autores de Literatura Infantil e Juvenil, fundada em São Paulo em 1992, o advogado entrevistado dá o seu parecer sobre as perspectivas das relações entre autores e editores no Brasil:

"Eu vejo naquela associação a possibilidade de uma organização maior, de um maior debate de uma série de problemas que envolvem o trabalho de criação do escritor de literatura infanto-juvenil e que através dessa discussão ele possa fixar e manter posições que venham melhorar a possibilidade que ele tem de auferir lucros através da exploração da sua obra. Ou seja, que ele seja menos explorado. Essa, na verdade é a tradição do país. Basta que se verifique os contratos de cessão de direitos, travestidos de edição, que são firmados pela grande parte, a grande maioria das editoras do país. Então, isso para mim é uma questão muito clara, muito tranquila, eu tenho a impressão que essa questão há de melhorar, na medida em que as partes começaram a entender que essa relação tem que se postar de uma outra forma, de uma outra maneira e assim um processo se faz. É dessa forma mesmo. É através de lutas, é através de avanços. Não vejo porque o editor se sensibilizar pelo fato de um autor pedir a

ele, por exemplo, uma prestação de contas de quantos livros ele vende. Parece um grande insulto quando você vai falar isso com o editor, ele fica insultado como se o autor não tivesse o sagrado direito de fazer isso. Enfim, coisas dessa natureza é que eu acredito que vão mudar, vão modificar através de um outro enfoque e de um outro procedimento, que eu acho que já começa a se inaugurar com a criação dessa entidade em São Paulo que eu espero que seja forte e venha fortalecer essa luta no campo das relações entre o editor e o autor." (Ad.a)

Do depoimento dos autores emergem aspectos interessantes e até certo ponto contraditórios. Fica claro que a maior parte dos autores presentes neste estudo nasceu, cresceu e se tornou madura publicando nestas duas casas editoras que guardam, entretanto, posições ideológicas quase antagônicas, conforme vem se desenhando ao longo dessa investigação. Talvez seja mesmo esse conjunto de idéias e posturas diferenciadas mas gravitando no espaço delimitado por essas duas editoras, pelo menos durante o primeiro quinquênio de 80, que tenha emprestado ao campo editorial de Minas as características específicas pelas quais destacou-se no panorama brasileiro.

Entretanto, se das lembranças dos autores surgem tantos fatos reveladores, é preciso buscar a perspectiva dos críticos literários a fim de se apreender com mais equidade a trajetória dessas editoras.

5.5 A perspectiva da crítica literária

O sistema de produção de bens simbólicos conforme vem sendo abordado define-se como o sistema de relações objetivas entre diferentes instâncias, definidas pela função que cumprem na divisão do trabalho de produção, circulação e consumo desses bens.

No circuito que envolve o livro, da criação ao leitor, a crítica funciona como instância de consagração e difusão, desempenhando um papel determinante, ao favorecer, através de esquemas próprios de apreciação, a recepção das obras. Em outras palavras, os críticos participam do esforço do editor e do criador para tornar pública determinada criação artística e fazê-la chegar até o destinatário (que, no caso da literatura infantil é o adulto, intermediário entre o livro e a criança-leitor, problema identificado como comunicação assimétrica, característica do gênero).¹

No caso em estudo, em tópicos anteriores, os editores já manifestaram sua opinião sobre o papel atribuído à crítica dentro da lógica de funcionamento do campo que se caracteriza pela circularidade e reversibilidade das relações de produção e consumo. Neste item aborda-se as relações dos críticos com as Editoras Lê e Miguilim, na ótica dos primeiros, ressaltando-se os seguintes aspectos:

- A atuação de Minas no contexto editorial brasileiro das décadas de 70/80;
- Autoridade das Editoras Lê e Miguilim;
- Perfil do editor;
- Valor das obras;
- Divulgação/Distribuição.

¹A propósito da comunicação assimétrica na literatura infantil ver ZILBERMAN, R., CADEMARTORI, L. (1982:18)

5.5.1 A atuação de Minas no contexto editorial brasileiro das décadas de 70/80.

As colocações dos depoentes sobre o caso específico das editoras em estudo foram precedidas de considerações sobre o contexto em que estas editoras surgiram e se destacaram no panorama nacional.

Sob esse aspecto destacou-se o seguinte comentário:

"... acho que o papel fundamental foi esse, de mostrar que Minas pensava, produzia e tinha gente nova pra oferecer a esse mercado, além da safra de 1970, porque eu acho que teve em 1970... E tem outro detalhe, que eu acho que não é o caso nem da Miguilim e nem da Lê mas que muita gente que escrevia pra adultos na década de 70 e que começou a escrever pra crianças era mineiro, quer dizer, um avanço nessa compreensão de que a literatura infantil não é um gueto, e isso é muito importante." (Cr.L-N.2)

O mesmo depoente prossegue em suas considerações:

"Então, era justo que Minas também procurasse não perder, não deixar perder esse gênio criativo e viabilizasse condições, lá, para criar um mercado produtor editorial que as pessoas não tivessem que ir para o circuito de Rio e São Paulo buscar... fora que Minas já tinha, por exemplo, nomes como o do Bartolomeu [Campos Queirós] que é uma estrela nessa área da criação de literatura. Então acho muito importante a presença das editoras mineiras, pelo fato geográfico, pelo fato político mesmo do deslocamento da profissão (...)" (Cr.L-N.2)

O aspecto da descentralização da produção editorial de livros infantis e juvenis, antes reservada ao eixo Rio-São Paulo é destacado também por outro entrevistado que afirma:

"Eu acho que Minas tem esse papel fundamental e que, primeiro: não foi apenas um centro consumidor; segundo: ele foi um centro

produtor; terceiro: ele furou o cerco, ele não ficou confinado na província, ele teve aspirações e está realizando essa aspiração de ser nacional." (Cr.L-N.1)

E conclui que:

"Eu acho que há, efetivamente, um processo em Minas que está ligado a um processo nacional e que vem afirmar Minas como um celeiro efetivo de livros pra crianças (...) (Cr.L- N.1)

Diante desses elementos pode-se concluir que os críticos vêem o processo de produção editorial, voltado maciçamente para o livro infantil e juvenil em Minas como o prolongamento de um processo mais amplo, em nível nacional, que começa a partir dos anos 70. A importância da participação de Minas Gerais nesse processo é também reconhecida pelos resultados que vem apresentando desde a década de 80 e que colocam o Estado em evidência na área da literatura brasileira.

No item que se segue os críticos literários justificam o destaque merecido pelas editoras Lê e Miguilim naquele contexto.

5.5.2 Autoridade da editora: Lê e Miguilim

Numa perspectiva mais abrangente atribui-se à Miguilim um papel de difusora da edição praticada em Minas, de modo mais geral. Considera um depoente:

"Eu acho que a Miguilim teve um papel fundamental de abrir um caminho para a difusão nacional desses livros, dessa produção, desses artistas mineiros e das demais editoras mineiras porque, evidentemente, como a Maria Antonieta Cunha é uma personalidade que trabalha não com a exclusão das pessoas mas, ao contrário, ela procura sempre incluir todas as pessoas no

processo cultural, nos debates, na questão mesmo do livro e da leitura infantil e juvenil, então eu acho que isso fez com que todos nós que trabalhamos na área, quer dizer, ao conversármos com a Antonieta, em Seminários, em Encontros, em várias oportunidades, a gente acabasse não vendo apenas a Miguilim, a gente começava a ver outras editoras, a gente começava a prestar atenção numa outra produção que, até há pouco tempo dificilmente chegava a nós, e hoje, em São Paulo eu encontro, quer dizer, eu sei onde encontrar, como indicar um livro da Formato, um livro da Lê, um livro da RHJ, enfim..." (Cr.L-N.1)

Considerando também a entrada de outras editoras no campo editorial de Minas outro entrevistado pensa que:

"... em se tratando da Editora Lê e da Editora Miguilim eu vejo que foram editoras que entraram no mercado buscando alcançar uma qualidade. Eu acho que, num balanço muito amplo, muito genérico, o saldo é favorável, quer dizer, a produção toda das duas editoras, no balanço geral, é imensamente favorável. Acho que, aqui também eu não gostaria de deixar de citar a Editora Formato que é uma editora também jovem, mineira e que tem um cuidado em marcar uma linha, fazer um trabalho de qualidade, acho que isso é muito importante." (Cr.L-N.2)

Confirmando o "capital de consagração" construído pela Miguilim ao longo de sua vida dedicada à "boa literatura" destaca o mesmo depoente:

"Eu fico pensando que a qualidade dessa produção criou um público cativo. Tem gente que vê pela etiqueta, se é da Miguilim acha que é bom e investe na leitura." (Cr.L-N.2)

Há ainda a seguinte visão sobre a mesma editora:

"A Editora Miguilim se ocupa com menos lançamentos, seguindo critério de seletividade mais rigoroso, pautando-se pela qualidade estética, dando prioridade a editar bons textos, e a realizar projetos gráficos bem feitos. Quando falo, com relação à Editora Miguilim,

que o critério estético sobrepõe-se ao comercial, quero dizer que essa editora, mesmo não sendo uma empresa grande e forte, para lançar-se em investimentos caros e arrojados do ponto de vista de produção gráfica do livro, mesmo não tendo a força de penetração e divulgação no mercado brasileiro como grandes editoras de tradição e porte econômico, realiza, há mais de dez anos, tais investimentos, enriquecendo a produção de livros para crianças e jovens no Brasil." (Cr.L-N.4)

Sobre a Editora Lê são essas as considerações desse depoente:

"A Editora Lê, como a Editora Miguilim, têm ajudado a construir a história do livro infantil e juvenil em Minas Gerais; têm contribuído, sem dúvida, com a produção de livros para crianças e jovens no Brasil, apenas não atribuo a ela o compromisso de fazer prevalecer o critério estético, em detrimento do comercial.." (Cr.L-N.4)

Sob uma perspectiva analítica compara-se o desempenho dessas duas editoras com outras casas publicadoras do país, destacando-se o aspecto positivo da especialização em uma área editorial.

"Então, se você comparar com outras editoras eu acho que a Lê e a Miguilim têm até maiores cuidados que grande parte de outras editoras. Ou seja, é possível que elas tenham um nível de produção mais regular que outras editoras, grandes editoras do Rio e tal, e que não mantêm essa qualidade. Eu acho que são poucas. Elas têm também uma vantagem, são editoras que se especializaram na linha infanto-juvenil. Então isso também faz com que essas linhas fiquem mais aprimoradas. Tem um editor na linha... eu me lembro que na Miguilim tinha um comitê editorial, a Lê realmente eu não sei se tem um comitê, mas acho que isso é uma entrada da presença mineira no circuito do livro infantil brasileiro. Acho que isso é que é importante." (Cr.L-N.2)

Reconsiderando o fato de que a Editora Lê publica também livros didáticos [assim como literatura para adulto e livros jurídicos desde 1990], o depoente acrescenta:

"A Lê já tinha didáticos desde o começo! Então acho que o mérito da Miguilim é maior ainda porque ela não entra, quer dizer não tem a escora do livro didático, porque a estrutura do livro didático é muito poderosa." (Cr.L-N.2)

A "descoberta" de novos autores, realização reivindicada pelos editores de ambas as casas entra nas considerações críticas desse depoente:

"Eu acho que a Lê está investindo no Ronaldo [Simões Coelho], não é? O Ronaldo está sendo [sic] um editor, tem publicado muitas coisas com a Lê. Eu acho que esse cuidado de você ... não é de você ser dono do autor, não, porque isso, além de não ser saudável pra nenhum dos lados... mas eu acho que tem que cultivar essa gente jovem que aparece e investir no pessoal novo... Eu não li nada mais do Marcos Bagno², quer dizer, achei que ele devia publicar pela Lê, porque o livro que ele publicou pela Lê é exemplar. Então, muitos escritores e ilustradores novos surgiram através dessas editoras mineiras... Isso é absolutamente notável. Agora... eu estava reclamando do Marcos Bagno porque eu acho que essas editoras lançaram nomes novos mas nem sempre investiram em nomes novos. Por isso é que eu estou lembrando do Ronaldo, quer dizer, de suscitar que esses autores continuassem a produzir. Eu acho que a Santuza é uma das pessoas que foi valorizada pela própria Miguilim que editou uma série de livros dela, aquela primeira série de livros da Miguilim, depois ela fez alguma coisa pra Formato. O Marcelo também, o Marcelo Xavier³... ele tem um trabalho fantástico, com uma linguagem de imagem, com fotografias, massa, montagem... Eu acho muito bom o trabalho dele e Minas é que começou a trazer isso porque isso não tinha no mercado brasileiro. E essa inovação, também, foi registrada, é importante registrar isso." (Cr.L-N.2)

Os dados resgatados pelo depoimento dos críticos apontam para determinados

² BAGNO, Marcos. *O papel roxo da maçã*. Ilust. Cláudio Martins.

³ Marcelo Xavier publicou seu primeiro livro *Truques Coloridos* pela Lê, em 1985.

aspectos da atuação das editoras em estudo que podem ser assim sistematizados: a descoberta e difusão de uma nova safra de escritores e ilustradores de literatura infantil e juvenil; a atuação das duas editoras contribuiu para a abertura do mercado mineiro o que possibilitou a entrada de novas editoras no campo; de modo geral atribui-se à Miguilim um comprometimento maior com o critério estético; essas editoras têm descoberto muito autores de talento mas não têm investido suficientemente nesses nomes novos.

5.5.3 Perfil do editor

Embora não se trate de supervalorizar a figura do indivíduo como determinante nos fatos sociais, e Bourdieu reafirma a relatividade de cada agente no campo de produção de bens simbólicos, julgou-se interessante destacar, também na ótica dos críticos, o perfil do editor.

Os depoimentos delineiam duas figuras que, sem nenhuma surpresa, ajustam-se perfeitamente à imagem que se vem formando das editoras Lê e Miguilim.

Personagem muito conhecida no círculo cultural ligado à literatura infantil e juvenil, Maria Antônia Antunes Cunha, uma das editoras proprietárias da Miguilim é mais citada do que os demais editores pelos críticos, que fazem sobre sua atuação as seguintes colocações:

"A Antônia é uma pessoa polivalente: professora, editora, animadora cultural, investiu na Biblioteconomia, investiu na Pedagogia. E acho que até nesse caso a Maria Antônia tem sido bastante hábil porque com todas essas oportunidades, com todo esse trabalho de que ela é, na verdade, uma porta-voz, ela sempre

teve muito cuidado de separar o trabalho dela de promotora da leitura da coisa da Miguilim, que ela poderia ter promovido junto. E eu vejo, no cenário nacional, onde eu me encontro com ela, como a Miguilim só vem à tona se alguém realmente provoca o lado de editora da Maria Antonieta. E é bom que ela responda isso, eu acho que isso serve de exemplo pra muita gente. Até acho importante que apareça, que se diga para as pessoas como é que se faz para uma editora pequena numa capital que não pertencia ao circuito editorial pesado brasileiro aparecer, conseguir sobreviver economicamente."(Cr.L-N.2)

Acrescenta-se a opinião de outro crítico, repetindo-se parte de um depoimento seu já transcrito:

"... a Maria Antonieta Cunha é uma personalidade que trabalha não com a exclusão das pessoas mas, ao contrário, ela procura sempre incluir todas as pessoas no processo cultural, nos debates, na questão mesmo do livro e da leitura infantil e juvenil..." (Cr.L-N.1)

O Diretor-Presidente da Editora Lê, José Orlando Pinto da Cunha foi citado por um depoente que, sendo autor de livros infantis, crítico literário e pesquisador do gênero, presta assessoria ocasional para assuntos internacionais à Editora. Segundo ele, seu contato com o Diretor-Presidente da Lê deu-se na Feira de Bolonha em 1990 (feira anual de livros para jovens em Bolonha, Itália), quando se deparou com representantes da Lê que expunham alternativamente seus livros, fora do círculo da Feira. O isolamento e, ao mesmo tempo, a "garra" de mostrar seu produto sensibilizou o depoente que, ao examinar os livros, realmente gostou de alguns pela qualidade gráfica e pela abordagem de temas diferenciados. Diante disso, usando de seu relacionamento com os organizadores da Feira e com editores estrangeiros, apresentou o Sr. José Orlando Pinto da Cunha a pessoas de interesse para a divulgação de seus trabalhos. A partir de então o depoente tem sido ocasionalmente solicitado a dar consultorias à Lê. Considerou que José Orlando Pinto da Cunha é um

empresário jovem, que tem procurado cercar-se de bons assessores e que mantém um olho no mercado, razões, segundo ele, que justificam a evolução segura da Editora Lê em duas décadas de vida.

Paralelamente às impressões transmitidas pelos críticos duas fontes casuais forneceram dados interessantes para se compor o perfil dos editores em questão. Em abril de 1993 soube-se, nos meios intelectuais do país ligados à literatura infantil e juvenil que Maria Antonieta Antunes Cunha, atual Secretária de Cultura da Prefeitura de Belo Horizonte e editora da Miguilim estaria presente na Feira de Bolonha como membro do júri formado por personalidades internacionais da área, que premia as melhores obras para jovens, publicadas no mundo inteiro. Pouco tempo depois o jornal O Estado de Minas (30.05.93) noticiava que o Diretor-Presidente da Editora Lê, José Orlando Pinto da Cunha, estaria participando em Miami, da maior feira itinerante de livros dos Estados Unidos patrocinada pela American BOOKSELLER'S Association. A notícia ressaltava a importância do evento para o comércio de livros e informava que a Editora Lê era a única editora de Minas ali representada.

Esses fatos, somados aos depoimentos dos críticos, reforçam a impressão de que a prática do editor dito cultural se pauta pelo gosto da boa literatura, que orienta a sua entrada no campo editorial e suas outras ações profissionais, geralmente atos intelectuais. Tais ações lhe valem prestígio no meio intelectual, cargos públicos na área da cultura, convites para participação em eventos culturais entre outros. Análogamente, o empresário-editor entra no ramo editorial motivado pela rentabilidade e sua função na empresa é essencialmente gerencial, da qual tira lucros e prestígio como empresário bem sucedido.

5.5.4 Valor das obras

Sobre o valor do produto das editoras em estudo os críticos literários questionados fizeram suas considerações, sinteticamente ou estendendo-se mais livremente, conforme o pesquisador o permitisse.

Sobre a produção da Editora Miguilim as opiniões se revelaram da seguinte maneira:

"... a Maria Antonieta tem muito cuidado com a questão textual, acho que até tem altos e baixos mas ... é um juízo pessoal de crítico, acho que tem livros mais bem resolvidos do ponto de vista textual e outros menos bem resolvidos ... acho que tem livros lindos mas com difícil resolução de história ... acho que O short amarelo da raposa é um livro que tem uma resolução complicada ... agora, acho que houve também momentos assim... de descuido! Por exemplo, há uma publicação da Miguilim chamada Morandubas para curumins, de Luiz Murat, esse livro saiu para o mercado com uma impressão absolutamente impossível de ser mantida, houve um deslizamento dos fotolitos, as cores se deslocaram e o livro foi para o mercado assim. Eu não permitiria que esse livro fosse lançado no mercado tendo a editora, de peso, de nome, uma qualidade a zelar! Então eu acho que essas coisas são complicadas... é uma coisa que não poderia ter ido pra rua, acho isso dramático. Em compensação tem livros de altíssima qualidade gráfica, um acabamento, um cuidado que mostram que a Editora tem essa pontuação." (Cr.L - N.2)

"Vejo a Editora Miguilim pelo ângulo do esmêro com o livro como objeto estético que requer cuidados artísticos também no sentido gráfico. É dessa editora que surgiram títulos, como: Layla, A mãe da mãe da minha mãe, Outra vez, O último dia de brincar, Os Cavaleiros das sete luas, entre outros resultantes de trabalho sério." (Cr.L - N.4)

As considerações sobre as publicações da Editora Lê foram as seguintes:

"Da Editora Lê destaco livros como O papel roxo da maçã, Chiquita bacana e outras pequetitas por trazerem equilíbrio e valor estético que está para a concepção original das obras, inclusive na perspectiva gráfico-visual." (Cr.L - N.4)

"A Lê tem uma coisa muito interessante; eu acho que ela tem livros de muito boa qualidade gráfica ... tem um livro ... Morandubetá, texto de Heitor Luiz Murat e ilustrações de Cláudio Martins, editado pela Lê que foi premiado ... Mas enfim, não é só esse, há livros de muito boa qualidade da Lê, de textos muito bem cuidados, ilustrações do Cláudio Martins, da Ana Raquel entre outros, e tem livros menos cuidados. Então acho que a Lê tem uma qualidade boa de produção gráfica, um cuidado com a imagem ... eu me lembro de O papel roxo da maçã, foi um livro que eu acho que inaugurou uma pequena coleção, faz parte de uma pequena linha de livros que tem uma qualidade textual impar, tem um trabalho gráfico impar. Agora saiu, é recente, uma coleção menorzinha ... como é o nome da coleção? É uma coleção que tem uma bonita idéia dos textos, um bonito trabalho dos textos mas tem uma ilustração bastante estereotipada, bastante ... é uma coleção recente ... tem um texto bom, mas é um passo atrás na ilustração. Então eu acho que pra quem já fez tanto na imagem, não está autorizado a voltar atrás, agora. E aí, eu vejo assim: que tipo de concessão está sendo feita? É porque é o comercial, é o investimento no produto que tem que diminuir, o livro tem que ficar mais barato?" (Cr.L- N.2)

O desnível de qualidade nessa produção recente da Editora Lê é inaceitável, na opinião do mesmo depoente, tendo em vista a qualidade de trabalhos anteriores, que ele continua ressaltando:

"Eu acho que esse desnível não condiz com o trabalho que a Editora está fazendo, com trabalhos primorosos, trabalhos muito bons. Acho que pra fazer um livro bom, de qualidade, é preciso ter inventividade, e a Lê já mostrou que tem, já produziu coisas de muito valor. Eu me lembro que quando eu levei para o México as primeiras coleções de livros brasileiros que eu queria apresentar aos autores mexicanos, inclusive em 1986 fui eu que apresentei o livro do Ronaldo Simões Coelho, Macaquinho. Eu levei esse livro e ele fez um sucesso extraordinário, é um livro em duas cores, se

não me engano, é um livro muito bem resolvido. Então eu acho que não dá pra Lê andar pra frente, no tempo, e andar pra trás na qualidade. Acho que tem isso." (Cr.L - N.2)

É ainda o mesmo depoente que, numa última consideração, vê criticamente a ênfase que ambas as editoras deram até há pouco tempo à literatura infantil, em detrimento da juvenil.

"Eu vejo que só muito recentemente essas duas editoras se preocuparam com uma linha menos infantil e mais juvenil quer dizer, não saíram na frente. Sendo editoras novas poderiam ter saído na frente nessa coisa da literatura ... nessa linha da literatura juvenil. Acho que tem alguns trabalhos de contribuição importante dados à renovação dessa literatura ... o livro do Bartolomeu [Campos Queirós] que foi um prêmio, inclusive envolvendo outras editoras internacionais, eu acho que mostrava que essa era uma linha que a Miguilim podia aprovar, podia ter investido nela." (Cr.L - N.2)

5.5.5 Divulgação/distribuição

Uma das etapas para a divulgação e a venda de qualquer produto, inclusive o livro, refere-se à garantia de disponibilidade do produto: deve ser facilmente encontrado, imediatamente acessível, de custo conhecido (KNAPP, 1980:107). Entretanto, parece ser a divulgação/distribuição um ponto nevrálgico no desempenho das editoras, sobretudo as de menor porte. O depoimento dos críticos literários ressalta esse aspecto na atuação das Editoras Lê e Miguilim. Em relação a divulgação são apresentadas as seguintes formulações:

"As duas editoras se colocam no mesmo plano em termos da precária divulgação." (Cr - N.4)

A Editora Miguilim já foi mais presente em termos de sua assessoria de divulgação e/ou imprensa. Para lhe dar uma idéia, no ano de 1992, certamente, não recebi nada que tivesse sido editado por ela. Em 1993, ainda é cedo, mas até hoje, não tenho em mãos nada que tenham feito ... Em relação à Editora Lê, gostaria de dizer que raramente enviam algum livro editorado por eles para o meu conhecimento, leitura crítica, etc. Isso aconteceu apenas uma vez, há alguns anos atrás, quando solicitaram alguns escritos meus sobre um pacote lançado naquela ocasião. Vez ou outra deparo com algum livro lançado pela Lê, mas isso é raro e muito, muito eventual. (Cr - N.3)

Que se completam com as considerações sobre a questão distribuição:

"As duas editoras escolhidas são mal distribuídas aqui em São Paulo." (Cr.L - N.3)

"... eu tenho umas considerações a fazer: eu acho, por exemplo, que no caso da Miguilim tem um calcanhar-de-aquiles brabíssimo que é o problema da distribuição. A Miguilim n-ã-o t-e-m distribuição. Então você ... no Rio ou onde vai, se você quiser indicar um livro da Miguilim, está fadada a passar um aborrecimento e na hora que você precisar do livro para trabalhar não encontra. É até possível que tenha melhorado, eu não tenho uma avaliação tão justa quanto eu gostaria de fazer. Mas houve um momento em que a Miguilim tinha livros premiados pela Fundação, eu dirigia a Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil, e por isso tinha um controle extensivo e intensivo da produção, eu coordenava o grupo de leitores e com isso tinha um controle da produção, e sequer a Fundação recebia os livros da Miguilim. (...) Eu estou fazendo um trabalho de crítica no momento, tenho uma coluna publicada na Revista Pais & Filhos, faço uma resenha também pra jornais, para uma rede de jornais do interior com sugestões de lançamentos e vejo que ... eu não recebo, continuo não recebendo os livros da Miguilim. Esse é o grande nó da Miguilim, pra mim." (Cr.L - N.2)

Continuando seu depoimento faz referência ao sistema de distribuição da Editora Lê:

"A Lê tem uma estrutura de distribuição muito boa, eu encontro os livros dela onde eu quero, quando eu recomendo as pessoas conseguem comprar." (Cr.L - N.2)

A sistematização dessas informações faz emergir não apenas pontos de vista distintos nos depoimentos dos diversos críticos literários que avaliam a eficácia da divulgação e distribuição dos livros das duas editoras no Estado do Rio, São Paulo e Minas Gerais, respectivamente. Ressalta-se, sobretudo, o aspecto contraditório entre a posição da Miguilim como editora cultural, que privilegia o reconhecimento propriamente cultural concedido pelo grupo de pares no qual os críticos literários se incluem e a sua prática de divulgação. Tal contradição torna-se evidente quando se confrontam as declarações de ambas as partes, isto é, a intenção da Miguilim de fazer chegar aos críticos em primeiro lugar os lançamentos de seu catálogo e os comentários destes, que apontam para uma comunicação não efetivada. Esta falha no processo de comunicação representa, em outros termos, uma interrupção na circularidade, elemento essencial do campo editorial que se estrutura nas relações de produção e de consumo. Como resultante a Editora Miguilim isola-se também em relação aos críticos, tradicionalmente aliados dos editores por serem recrutados no próprio corpo dos produtores.

Quanto à Lê, já se sabia da prioridade dada à escola como canal de divulgação e distribuição, em detrimento da promoção junto aos críticos literários e não surpreende, pois, que esse segmento de público apresente críticas ao seu sistema de divulgação/distribuição.

Enfim, o exposto sobre a divulgação e distribuição de obras infantis e juvenis das editoras Lê e Miguilim, na perspectiva dos críticos literários, conduz a indagações mais gerais que permanecem, contudo, em aberto, sugerindo a necessidade de novas reflexões: qual é efetivamente, a posição da crítica literária no subcampo editorial do livro infantil e

juvenil brasileiro, considerando que os editores pouco divulgam o livro e os críticos desconhecem as obras? Se a função da crítica é explicar as obras ao público¹ qual é a importância do seu papel num contexto social em que a mídia e outras instituições sociais abrem tão pouco espaço para os assuntos culturais?

¹ AUDEN, W. H. *Fazer, saber e avaliar* [S.l.:S.N.] 1993.

6 CONCLUSÃO

*"Um olho na missa
Outro no vigário,
Um passo no pé.
Um no calendário,
Uma voz pra campa
Outra pro berçário.
Um gesto de afago
Outro gesto irado,
E muito idealismo
Mas a bom mercado."*

Autor desconhecido

A história recente da produção de livros infantis e juvenis em Minas Gerais é o cenário onde se desenrolam os fatos e se movimentam os personagens do caso que nos propusemos a contar neste trabalho: a evolução das editoras Lê e Miguilim na linha infantil e juvenil desde o início das atividades, nos primeiros anos de 80, até 1991.

É preciso lembrar a vocação de Minas para certas formas de manifestação cultural, que vêm de mais longe, e têm tomado variações singulares como os redatores-poetas da década de 20, os contistas dos anos 60 e a geração Suplemento que brilhou nacionalmente por mais de 10 anos a partir de 1966. (WERNECK, 1992).

Não surpreende, pois, que Minas acompanhasse o boom da literatura infantil e se projetasse, com nuances de originalidade, dentro desse fenômeno cultural novo que o Brasil produziu a partir dos anos 70, transformando-se, na década seguinte, em ponto de referência para essa forma de expressão artística que passou a seduzir os artistas da terra: o livro dirigido à criança e ao jovem, criação literária tanto quanto plástica.

A força da literatura infantil e juvenil produzida em Minas, a partir da Coleção do Pinto, da Editora Comunicação, significou uma desarticulação do campo editorial brasileiro até então centrado no eixo Rio-São Paulo, tribunal maior da legitimidade cultural perante o resto do país.

Ao renunciar à condição histórica de geradora de talentos literários mas dependente da produção do objeto livro o estado de Minas quebrou a hegemonia dos dois grandes centros produtores e inaugurou, a partir da publicação de **O menino e o pinto do menino** uma nova fase de evidência no panorama cultural brasileiro.

Mas, assim como na concepção gramsciana não há nova arte no sentido imediato de artistas artificialmente criados, mas nova cultura, nova vida moral, também a ruptura com o modelo editorial centralizador do eixo Rio-São Paulo, deu-se, efetivamente, no interior de um processo de transformações sociais e políticas da década de 70. É sabido que o grande desenvolvimento da literatura infantil e juvenil no Brasil por esta época foi, sobretudo, uma questão de orientação política e que começou a se configurar a partir da valorização da criança "redescoberta" como o futuro da nação dentro do projeto desenvolvimentista dos governos militares pós-64. Entretanto, os fatos fazem acreditar que a crença desenvolvimentista encontrou, em Minas, uma inquietação criadora que fez emergir as marcas de sua identidade cultural, dando feição peculiar ao boom da literatura infantil e juvenil.

Num primeiro momento a Editora Comunicação soube captar e canalizar para o gênero literário em questão essa força em ebulição, abrindo uma trilha por onde seguiram outras editoras, congregando e estimulando escritores e ilustradores mineiros à criação.

Já nos anos 80, o fluxo interminável de ilustradores mineiros que causava espanto aos editores paulistas teria surgido, segundo a interpretação de um artista da terra, de uma explosão artística, inserida num certo clima que envolvia profissionais e alunos de arte em Belo Horizonte, sobretudo na Escola de Belas Artes da UFMG e na Escola Guignard.

A explosão da literatura infantil e juvenil em Minas Gerais, nos primeiros anos da década de 80 teria resultado, pois, da coincidência entre essa inquietação no meio artístico da capital, o nascimento da Miguilim, descobrindo novos artistas e incentivando-os à

expressão literária ou gráfica e o interesse nacional recém-despertado por esse gênero literário. Sobretudo no plano da ilustração, além da influência natural de outros artistas plásticos, os novos artistas de meados dos anos 80, já encontravam como referência, belos livros ilustrados, produzidos em Minas. Foram marcantes, para toda uma geração mais nova de ilustradores, a linguagem gráfica lançada por Cláudio Martins, Ana Raquel, Humberto Guimarães, Luiz Maia e ainda, por Angela Lago e Paulo Bernardo Vaz, ambos retornando do exterior por essa época e publicando pela Miguilim.

Mas, a singularidade do livro de literatura infantil e juvenil produzido em Minas Gerais talvez seja melhor entendida através da divagação de um entrevistado:

"Eu sei que o campo foi fértil, e... não sei se é um espírito detalhista da gente, uma coisa poética... talvez seja mais esse lado poético que a gente buscava como amante das artes... essa experiência poética que a gente vive aqui em Belo Horizonte, esse clima poético... (II-N.3)

Assim, ainda que de uma maneira mais ampla não se possa dizer que se configure uma tendência das editoras mineiras diferente das empresas situadas em outros estados ou mesmo em outros países, é certo que esse campo editorial apresenta evidências localizadas. Sem descrédito para as demais editoras, que outro cenário, senão a poesia das Gerais seria tão propício para abrigar o sonho de se editar a melhor literatura para a criança e o jovem, sonho traduzido nas raízes mineiras de um nome, Miguilim? Ou, indaga-se ainda, se não haveria marcas de mineiridade nessa trama complexa de relacionamentos, de encontros e admiração mútua na qual cresceram e amadureceram novos artistas, num grande trabalho conjunto que fez a marca do livro infantil e juvenil de Minas Gerais...

A vertente do sonho e a vertente do mercado.

Com a entrada das editoras Miguilim e Lê em 1980 e 1982, respectivamente, o campo editorial de Minas se consolida, basicamente em torno do livro infantil e juvenil, embora não se possa desconsiderar que a Lê apoia-se no didático para produzir a literatura para crianças. Esse fato, entretanto, é um elemento a mais para a organização do campo em duas vertentes específicas que apresentam inúmeros pontos de aproximação com os eixos cultural e econômico propostos por CAU.

De um lado a vertente cultural, representada nesse estudo pela Editora Miguilim, sendo seu modo de produção característico de um campo que produz para produtores, isto é, que fornece a si mesmo o seu próprio mercado. De outro, a vertente que chamaremos de comercial, representada pela Editora Lê, cujo modo de produção está estruturado em função de uma demanda externa e que depende, para sua reprodução, de um sistema de ensino que atue como instância de legitimação.

A vertente comercial só entra em campo sustentada pela confiança num mercado promissor, reproduzindo o discurso utilitário tradicional na literatura infantil desde as origens do gênero; a vertente cultural se embala no sonho de editar A MELHOR LITERATURA, baseando-se em valores não doutrinários, buscando fazer sobrepor o discurso estético nas obras que produz.¹

¹ Sobre o discurso estético e o discurso utilitário na literatura infantil brasileira ver, PERROTTI, E. O texto sedutor na literatura infantil, 1986.

Separadas pelo critério objetivo do êxito a Editora Lê busca essencialmente o sucesso de público, levando a mercadoria onde o (seu) público está, para isso estruturando-se como empresa moderna e lucrativa. A Editora Miguilim, a seu turno, realimenta-se do sucesso de crítica, permanecendo "artesanalmente" organizada sobre o princípio básico da negação do fator econômico, ou seja, fazendo prevalecer, a todo custo, os valores em que acredita sem se deixar levar pelo produto mais rentável.

A evolução dessas duas editoras desde a sua fundação, isto é, seu ciclo de vida, conforme revelado pela memória dos atores do processo, pela análise de registros institucionais e pela avaliação de seus produtos, deixa entrever a relação dialética entre as intenções dos idealizadores e as condições possíveis dadas pelo entorno social.

Na luta inicial por uma posição no campo editorial brasileiro, cada editora tenta impor sua marca, buscando autores que se enquadrem no seu PROJETO. Ambas inauguram o catálogo relançando um autor consagrado, embora legitimados por instâncias diferentes: a Miguilim vai buscar um escritor-poeta premiado e unanimemente aplaudido pela crítica, Bartolomeu Campos Queirós e reedita a obra *Pedro*, publicada em 1974 pela Editora Vega; a Lê homenageia Alaíde Lisboa, educadora respeitada em Minas Gerais, obra conservadora, relançando o livro *Bonequinha Preta*, conhecido do público escolarizado há quatro décadas.

Até meados da década de 80 a luta pela definição de posição no campo confere à Miguilim um lugar de destaque como detentora de maior "capital social", dada a legitimidade propriamente cultural das obras que produziu no período, reconhecida pelo grupo de pares, assim como pela maior celebridade e prestígio acadêmico de seus editores,

7 ANEXOS

individualmente, e pelo poder de consagrar autores novos. Inovando com sucesso a Miguilim torna-se conhecida no Brasil e entre especialistas no exterior. Mas paradoxalmente, ao mesmo tempo que se fortifica e consolida sua imagem de editora séria e respeitada, a Miguilim fragiliza-se por não atacar o mercado como fazem seus concorrentes que, inclusive, "copiam" os seus produtos.

A seu tempo a Lê, coerente com o motivo maior de sua opção pela linha infantil e juvenil, qual seja, ocupar um mercado, estrutura-se empresarialmente com vistas a definir sua posição no campo editorial. É interessante notar que, embora ocupando posições quase polarizadas, definidas pelas razões de entrada no campo, tipo de relação com o mercado e pela escolha de estratégias editoriais, as duas editoras publicam, nesse período, um núcleo comum de autores e ilustradores. Tal aspecto deixa margem a novos questionamentos quanto a vir a ser uma característica do campo editorial mineiro, naquele momento ainda um círculo restrito de produtores e criadores. Mas o produto final, por si, aponta, de maneira mais concreta, para as decisões que definem objetivamente a posição dos diferentes editores, voltado um para o objeto estético, outro para o objeto utilitário. Dito de outra maneira, os modos de produção da editoria cultural são incompatíveis com a editoria comercial e isto se mostra no produto. Na sua maioria o produto da editoria comercial é veículo de procedimentos de *faire-valoir* (capas sobrecarregadas de informações, cores em excesso para atrair a atenção do leitor) que não escondem a intenção primeira do efeito, como temia Adorno. Ou, como disseram Brecht e Suhrkamp 30 anos antes do filósofo da Escola de Frankfurt "as mercadorias culturais de indústria se orientam segundo o princípio de sua comercialização e não segundo seu próprio conteúdo e sua figuração adequada". (ADORNO, 1968).

Assim, mesmo que no percurso a Editora Lê apresente alguma alternância de posição, caminhando do tradicional a obras de tendência inovadora, isso se faz sempre no interesse maior do mercado. O caminho aberto pela Miguilim para a produção do objeto estético influencia outras editoras a publicar também obras adequadas aos valores de uma fração de público receptiva à arte pura. Assim é que, as práticas heterodoxas da Editora Lê são, na verdade, "estratégias de conservação" de sua posição no campo editorial já que tal ação se realiza não no sentido de uma antecipação da descoberta de novos valores, como é natural na editora cultural, mas sim, da maximização de seu capital social.

Entretanto, enquanto a Editora Lê se expande e firma-se no mercado editorial brasileiro com crescente participação no mercado de didáticos, abrindo filiais no Rio e em São Paulo, diversificando-se para a literatura adulta e a linha de livros jurídicos a partir de 1990, tudo parece indicar que a lógica do mercado é dura para com a editoria cultural. A Miguilim tem, de fato, enfrentado com dificuldade a crise econômica que o país atravessa e o resultado visível nos últimos anos é o declínio da produção, em qualidade e quantidade, e a perda dos talentos que descobriu e ajudou a aprimorar, exportando-os para outras editoras mais sólidas.

Se a sobrevivência da editoria cultural de obras para o adulto corre perigo na sociedade atual, demasiadamente comprometida com a apologia da aparência e da superfície como lamenta Einaudi, que também viu sua editora enfraquecer-se com a crise de valores do mundo moderno, o que esperar para a literatura infantil e juvenil, gênero que, desde suas origens no século XVIII, já vem marcado pelos sinais da cultura de massa?

A transformação da sociedade implica, obviamente, em novos modos de produção e a lógica das coisas parece obrigar cada vez mais um editor a publicar para um mercado. Como não se dispõe de dados sobre volume de negócios, conforme opção feita no início dessa pesquisa, não há elementos suficientes para uma compreensão mais ampla das causas que conduziram a Miguilim a uma retração no campo editorial mineiro, nos últimos anos. Entretanto, os fatos conhecidos levam a crer que essa editora ressentiu-se, num campo cada vez mais competitivo, de sua estrutura funcional excessivamente centrada na figura de um *factotum* editorial. Mesmo considerando-se que a estrutura artesanal apresenta aspectos positivos como a unidade de ação através da centralização de funções, é difícil acreditar que uma única pessoa, apesar de seus méritos pessoais, tenha plenas condições de conhecer, com a necessária profundidade, cada um dos aspectos intervenientes em um processo complexo como a seleção de originais e o acompanhamento de sua produção, e de executá-los a contento.

O grande desafio cultural é, justamente, a capacidade de adaptar-se às mudanças, para melhor organizar-se a serviço da modernidade, preservando-se, contudo, o espírito essencial da profissão que exige a dimensão (ou o refinamento) "artesanal".

O crescimento do mercado editorial brasileiro na direção da linha infantil e juvenil tem demonstrado em números que esse é um campo economicamente viável. E a característica das novas editoras mineiras, *FORMATO*, *RHJ* e *DIMENSÃO* centradas no eixo econômico ou econômico-cultural, a julgar pelo produto colocado no mercado, parece indicar que o sonho de editar somente O MELHOR deve submeter-se, ainda que provisoriamente, à lógica do capital.

Mas, como toda ação provoca uma reação, cresce o número dos que se inquietam e se perguntam: qual é o papel da literatura para crianças e jovens, qual é o papel do editor numa sociedade onde as produções do espírito vêm se transformando, inevitavelmente, em mercadoria? A questão central discutida por Benjamin e Adorno sobre o futuro da criação e da inovação na era da tecnologia e do efeito imediato se coloca ainda sem respostas seguras, abertas à interrogação dos pensadores.

E se, ontem como hoje, o autor e o editor são o espelho da sociedade de seu tempo, continua lícito acreditar no caráter subversivo do sonho e imaginar que, desafiando a lógica do sistema dominante, haverá sempre um editor cultural que sobreviva, nas montanhas de Minas ou onde quer que seja, para dar guarida ao pluralismo, às novas idéias, à experimentação.

E que esse editor, ao utilizar-se da propriedade inerente ao ramo editorial de se apropriar da criação literária e de recriá-la enquanto produto industrial, possa abrir novas possibilidades culturais e existenciais para a criança e o jovem brasileiros.

ANEXO I

QUADRO AMOSTRAL DE ELEMENTOS NORTEADORES DA SELEÇÃO DE AUTORES/ILUSTRADORES

Elementos Norteadores	Obras publicadas pelas editoras			Área de formação profissional	Posição no campo editorial, volume de		Área geográfica
	Autor/Ilust.	MIGULIM	LÊ		OUTRAS	premição	
Aa-N.1	X	X	X	Artes gráficas/Serviço Social	12	X	BH/MG
Aa-N.2	X	-	X	Filosofia	15	X	BH/MG
Aa-N.3	X	-	X	Letras	7	-	Vitória/ES
Aa-N.4	X	X	X	Letras Comunicação	22	X	BH/MG
Aa-N.5	-	X	X	Medicina	25	X	BH/MG
Aa-N.6	X	X	X	Pedagogia	17	-	BH/MG
II-N.1	X	X	X	Artes plásticas Serviço Social	52	X	BH/MG
II-N.2	-	X	X	Comunicação Artista auto-didata	3	X	BH/MG
II-N.3	X	X	X	Artes plásticas	13	-	BH/MG
II-N.4	X	-	X	Comunicação Artista auto-didata	8	X	BH/MG
II-N.5	X	-	X	Letras Artista auto-didata	3	X	BH/MG

ANEXO 2

CORRESPONDÊNCIA ENVIADA A CRÍTICOS LITERÁRIOS

Vitória, 28 de setembro de 1992.

Prezado(a) Senhor(a):

Sou professora do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Espírito Santo e estou elaborando uma dissertação de mestrado sobre Editoração de Livros Infantis em Minas Gerais, sob a orientação do professor da Faculdade de Comunicação da UFMG e artista plástico Paulo Bernardo F. Vaz, a ser apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFMG.

Como parte essencial dessa pesquisa estou coletando a opinião de críticos literários sobre a produção de literatura infantil e juvenil das editoras MIGUILIM e Lê, de Minas Gerais - objeto específico da pesquisa - seja em nível editorial, textual e de ilustração.

Devido a sua posição destacada nessa área, sua contribuição será muito importante para a complementação desse trabalho.

Estou anexando um envelope selado para facilitar a sua resposta, a qual gostaria de receber até 30 de novembro próximo, o mais tardar.

Contando com a sua cooperação,

Atenciosamente,

MARIA DA CONCEIÇÃO CARVALHO

ANEXO 3

ROTEIRO PARA ENTREVISTA E/OU DEPOIMENTO

- EDITORES -

1. Justificativa para a opção da Editora pela linha de livros infantis e juvenis.
2. Opinião sobre o mercado brasileiro de livros infantis e juvenis nos últimos dez anos.
3. Relacionamento da Editora com o mercado:
 - a) Faz pesquisas de mercado?
 - b) Há contato direto com os leitores?
 - na Escola
 - através de correspondência Recursos técnicos
 - c) Desenvolve programas culturais e educacionais como cursos, orientação ao professor, contatos do autor com os leitores, etc.
4. Influência de fatores externos-sócio-político-culturais e econômicos no desenvolvimento da Editora no período 1982-91.
5. Estrutura inicial e atual da empresa, na linha infantil e juvenil, quanto a:
 - a) Recursos humanos
 - b) Recursos técnicos
6. Equipe de produção para a linha infantil e juvenil:
 - a) Editor - formação profissional exigida
 - funções
 - b) Conselho Editorial - formação
 - função
 - c) Editor de arte - fixo
 - free-lancer
7. Seleção de originais:
 - a) critérios gerais
 - b) descrição do processo
 - c) quem participa
8. Co-Edições: se praticada, em que bases.

9. Diretrizes para divulgação:

- a) Há um setor específico dentro da empresa?
- b) Veículos utilizados
- c) Alvos prioritários
- d) Participação em feiras nacionais e internacionais

10. Sistema de distribuição:

- a) por contrato
- b) próprio

11. Participação em programas institucionais

12. Satisfação com o sistema atual de distribuição

13. Satisfação com a profissão de editor de livros infantis e juvenis.

14. Projetos:

- a) inicial
- b) atual
- c) futuros
- d) projetos que não puderam ser executados

ANEXO 4

ROTEIRO PARA ENTREVISTA E/OU DEPOIMENTO

- AUTORES -

1. Área de formação profissional.
2. Percorso até a literatura infantil e/ou juvenil.
3. Contato inicial com a(s) editora(s):
 - a) Encomenda da Editora
 - b) Espontaneamente (enviou os originais)
 - c) Agente literário
 - d) Outros
4. Relacionamento Editora/Autor na aceitação/recusa dos originais:
 - a) Há um especialista em literatura, na Editora, com quem você dialoga?
 - b) Grau de interferência da Editora em relação ao manuscrito original
 - c) Termos para a recusa de originais
5. Interação com o ilustrador e/ou produtor gráfico:
 - a) Você considera importante esta interação?
 - b) A(s) Editora(s) favorece(m) esta interação?
6. Direitos autorais, formas de pagamento e prazos de pagamento previstos em contrato.
7. Obras premiadas. Valor dado às premiações.

ANEXO 5

ROTEIRO PARA ENTREVISTA E/OU DEPOIMENTO

- ILUSTRADORES -

1. Área de formação profissional.
2. Percorso até a literatura infantil e/ou juvenil.
3. Contato inicial com a(s) editora(s):
 - a) Encomenda da Editora
 - b) Indicação do autor
 - c) Outros
4. Interação com a(s) editora(s):
 - a) Há um especialista em arte com quem você dialoga?
 - b) Grau de interferência da Editora em relação ao projeto original
5. Interação com o autor do texto:
 - a) Você considera importante esta interação?
 - b) A Editora(s) favorece(m) esta interação?
6. Produção gráfica:
 - a) A Editora(s) lhe apresenta(m) um projeto gráfico para o livro a ser ilustrado?
 - b) Além da ilustração você elabora também o projeto gráfico?
 - c) A Editora lhe solicita o acompanhamento da produção gráfica?
7. Direitos autorais, formas de pagamento e prazos de pagamento previstos em contrato.
8. Obras premiadas. Valor dado às premiações.

ANEXO 6

ROTEIRO PARA DEPOIMENTO

- CRÍTICOS LITERÁRIOS -

1. Perspectiva global sobre o mercado editorial do livro infantil e juvenil em Minas Gerais, nos últimos dez anos.
2. O produto das Editoras Lê e Miguilim, no período 1982-91, do ponto de vista textual, de ilustração e do produto final.

ANEXO 7

ROTEIRO PARA DEPOIMENTO

- ADVOGADO AUTORALISTA -

1. A questão dos direitos autorais do autor e do ilustrador de livros infantis e juvenis no Brasil atual.
2. A atuação das associações e sindicatos.
3. O mercado mineiro e outros centros brasileiros de produção de livros infantis e juvenis: a valorização do autor e do ilustrador.

8 BIBLIOGRAFIA CONSULTADA DE LIVROS INFANTIS E JUVENIS

EDITORA LÊ

- ABRAS, Santuza. *Arranhão engavetado*. 5 ed. Ilust. Rúbia Robeta. Belo Horizonte: Lê, 1990
- . *Cola melada, bola colada*. 6 ed. Ilust. Ana Raquel. Belo Horizonte: Lê, 1991.
- . *No cabide da vovó*. 7 ed. Ilust. Ana Raquel. Belo Horizonte: Lê, 1991.
- . *Será fusível?* 3 ed. Ilust. Edna de Castro. Belo Horizonte: Lê, 1991.
- ALBERGARIA, Lino de. *Quem era ela?* Ilust. Rosa Schettino. Belo Horizonte: Lê, 1991.
- COELHO, Ronaldo Simões. *Amanhecer na roça*. 4 ed. Ilust. Ana Raquel. Belo Horizonte: Lê, 1991.
- . *O caso da banana*. 2 ed. Ilust. Angela Lago. Belo Horizonte: Lê, 1990.
- . *A laranja colorida*. 6 ed. Ilust. Humberto Guimarães. Belo Horizonte: Lê, 1987.
- . *A pedrinha no sapato*. 6 ed. Ilust. Murette Menezes. Belo Horizonte: Lê, 1991.
- . *Risadinha, o piolho*. 3 ed. Ilust. Edna de Castro. Belo Horizonte: Lê, 1991.
- . *O salão do garnizé*. 2 ed. Ilust. Jarbas Juarez. Belo Horizonte: Lê, 1989.
- . *O tico tico da perna quebrada*. 4 ed. Ilust. Marilda Castanha. Belo Horizonte: Lê, 1991.
- DUARTE, Roberto. *Quem casa quer casa*. Ilust. Ana Raquel. Belo Horizonte: Lê, 1985.
- LAGO, Ângela. *Chiquita bacana e outras pequetitas*. Ilust. autor. Belo Horizonte: Lê, 1986
- LISBOA, Alaíde. *A bonequinha preta*. Ilust. Ana Raquel. Belo Horizonte: Lê, 1982.
- PAULA, Branca de. *Truques coloridos*. Ilust. Marcelo Xavier. Belo Horizonte: Lê, 1985.
- , 5 ed. Belo Horizonte: Lê, 1991.

EDITORA MIGUILIM

- ABRAS, Santuza, *O bigode sorridente*. 3 ed. Ilust. Ana Raquel. Belo Horizonte: Miguilim, 1983.
- . *Pelota, bolota*. Ilust. Ana Raquel. Belo Horizonte: Miguilim, 1982.
- ALBERGARIA, Lino de. *Tangolomango*. Ilust. Isabel Cristina. Passos. Belo Horizonte: Miguilim, 1991.
- ARAÚJO, Elza Beatriz. *A menina dos olhos*. Proj. gráfico Paulo Bernardo Vaz. Belo Horizonte: Miguilim, 1985.
- ALVARENGA, Terezinha. *Entre cento e tantos*. 2 ed. Ilust. Paulo Bernardo Vaz. Belo Horizonte: Miguilim, 1986.
- . *A mãe da mãe da minha mãe*. Ilust. Angela Lago. Belo Horizonte: Miguilim, 1988.
- . *Rita está acesa*. 11 ed. Ilust. Sônia Ledic. Belo Horizonte: Miguilim, [s.d.]
- BARRETO, A. *Lua no varal*. 2 ed. Proj. gráfico Paulo Bernardo Vaz. Belo Horizonte: Miguilim, 1991.
- LAGO, Ângela. *Outra vez*. Ilust. autor. Belo Horizonte: Miguilim, 1984.
- MACHADO, Mônica V. *De três em três, de reis em reis*. Ilust. Marilda Castanha. Belo Horizonte: Miguilim, 1989.
- RIBEIRO, Francisco A. *Era uma vez uma chave*. 4 ed. Ilust. Paulo Roberto Sodré. Belo Horizonte: Miguilim, 1990.
- . *Leve como a folha*. 2 ed. Ilust. Paulo Roberto Sodré. Belo Horizonte: Miguilim, 1986.
- QUEIRÓS, Bartolomeu C. *Cavaleiros das sete luas*. 5 ed. Proj. gráfico Paulo Bernardo Vaz. Belo Horizonte: Miguilim, 1990.
- . *Mario*. Ilust. Sara Ávila. Belo Horizonte: Miguilim, 1985.
- . *Indez*. Belo Horizonte: Miguilim, 1989.
- VIGNA, Elvira. *A pontinha menorzinha do enfeitinho do fim do cabo de uma colherzinha de café*. Ilust. Ana Raquel. Belo Horizonte: Miguilim, 1986.

9 BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, T. W. A indústria cultural. In: COHN, G. (Org.) **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Nacional, 1977.
- ABRAMO, Márcio. O livro no Brasil: alguns dados sobre sua história e evolução. **Rev. Cultura Vozes**, Petrópolis: v. 65, n. 13, abr. 1971.
- ABRAMOVICH, Fanny. **O estranho mundo que se mostra às crianças**. São Paulo: Summus, 1983.
- ALBERTI, V. **História oral: a experiência do CPDOC**. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa Documental de História Contemporânea do Brasil, s.d./.
- ANDRADE, R. de C. **Brasil: a economia do capitalismo selvagem**. In: KRISCHKE, P. J. (Org.) **Brasil: do "Milagre à abertura"**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1983.
- ANDRADE, Olímpio de Souza. **O livro brasileiro: desde 1920**. Rio de Janeiro: Cátedra; Brasília: INL, 1978.
- ANDRÉ, Marly E. D. A. Estudos de caso: seu potencial na educação. **Cadernos de Pesquisa**, n. 49, p. 51-54, maio 1984.
- ANDRÉ, Marly E. D. A. Texto, contexto e significados: algumas questões na análise de dados qualitativos. **Cad. Pesq.**, São Paulo, n. 45, p. 66-71, maio 1983.
- ARAÚJO, E. **A construção do livro**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira/INL, 1986.
- ARROYO, Leonardo. **Literatura infantil brasileira: ensaio de preliminares para a sua história e suas fontes**. São Paulo: Melhoramentos, 1968.
- ASCENÇÃO, J. O. **Direito autoral**. Rio de Janeiro: Forense, 1980.
- AZEVEDO, Fernando de. A formação e a conquista do público infantil. In: **A educação e seus problemas**. 4. ed. São Paulo: Melhoramentos, 1958. v.1
- BENJAMIN, Walter. **O autor como produtor**. In: Kothe, I. R. (Org.) **Walter Benjamin**. São Paulo: Ática, 1985. p. 187-201.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: **TEORIA da cultura de massa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- BENJAMIN, Walter. **Reflexões: a criança, o brinquedo, a educação**. São Paulo: Summus, 1984.
- BIBLIOTECA NACIONAL. (Brasil) **Literatura infanto-juvenil brasileira**. Catálogo da exposição. Rio de Janeiro, 1979.

- BOSI, Alfredo. **História concisa da literatura brasileira**. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1975.
- BOSI, Ecléa. **Memória e sociedade: lembranças de velhos**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1979.
- BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In: **A economia das trocas simbólicas**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1982. p. 99-81
- BOURDIEU, Pierre, La production de la croyance: contribution à une économie des biens symboliques. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n. 13, p. 3-43, fev. 1977.
- BOUVAIST, Jean-Marie. **Pratiques et métiers de l'édition**. Paris: Promodis, 1986. 2. v.
- BRASIL, Lei no 5.988 - 14 dez. 1973. Regula os direitos autorais e da outras providências. In: **CONSELHO NACIONAL DE DIREITO AUTORAL. Legislação e Normas**. 3 ed. Rev. e amp. Brasília: CNDA, 1985.
- BRASIL, Lei no 6.800 - 25 jun. 1980. Altera a lei no 5.988 - 14 dez. 1973, que regula os direitos autorais e dá outras providências. In: **CONSELHO NACIONAL DE DIREITO AUTORAL. Legislação e Normas**. 3 ed. rev. e amp. Brasília: CNDA, 1985.
- CADEMARTORI, L. **O que é literatura infantil**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- CAMARGO, A. A. O ator, o pesquisador e a história: impasses metodológicos na implantação do CPDOC. In: NUNES, E. O. **A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978, p. 276-304.
- CÂNDIDO, Antônio. **Literatura e sociedade: estudos de teoria e história literária**. 2. ed. São Paulo: Ed. Nacional, 1967.
- CANNEL, C. F., KAHN, R.L. Coleta de dados por entrevista. In: FESTINGER, L., KATZ, D. **A pesquisa na psicologia social**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1974. p. 319-64.
- CARVALHO, André. Editoração de livros infantis e juvenis em Minas Gerais. Belo Horizonte: 1993. Entrevista concedida a M. C. Carvalho, em 6 abr. 1993.
- CARVALHO, M. C. **Aspectos gerais da editoração do livro infantil no Brasil**. Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo, 1989. (Mimeo).

- CAU, Ignace. **Positions et stratégies des éditeurs dans le champ éditorial québécois. Doc. et Bibl.**, sept. 1980.
- CESARI, Severino. **Colloquio con Giulio Einaudi**. Roma: Theoria, 1991.
- CHARLOT, B. **A mistificação pedagógica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- COELHO, Nelly Novaes. **Dicionário crítico da literatura infantil/juvenil brasileira 1882-1982**. 2. ed. São Paulo: Quíron; Brasília: INL, 1984.
- COELHO, Nelly Novaes. **A literatura infantil: história, teoria, análise da origens orientais ao Brasil de hoje**. São Paulo: Edições Quíron, 1981.
- COHN, Gabriel, (Org.) **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Ed. Nacional, 1977.
- COLBY, J. P. **Writing, illustrating and editing children's books**. New York: Hasting House, 1974.
- CORDEIRO, X. L. Da invenção da imprensa ao livro infantil: um enfoque editorial. **Ciência da Informação**, Brasília, v.16, n.1, p. 27-35, jan./jun. 1987.
- CUNHA, Maria Antonieta Antunes. **Literatura infantil: teoria e prática**. São Paulo: Ática, 1983.
- CUNHA, Murilo Bastos da. Análise de conteúdo, uma técnica de pesquisa. **R. Bibliotecon. Brasília**, v.11, n.2, p. 247-256, jul./dez. 1983.
- DA MATTA, R. O ofício do etnólogo, ou como ter "Anthropological Blues", In: NUNES, E. O. (Org.) **A aventura sociológica; objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p.30
- DEBERT, G. G. Problemas relativos à utilização da história de vida e história oral. In: CARDOSO, R. C. L. (Org.) **A aventura antropológica: teoria e pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1986. p. 141-156
- DESSAUER, John P. **Tudo sobre a publicação de livros: a experiência editorial nos Estados Unidos**. São Paulo: Mosaico: Ed. USP, 1979. 2 v.
- DIAS, Fernando Correia. **O movimento modernista em Minas: uma interpretação sociológica**. Brasília: Ed. Univ. de Brasília, 1971.
- DUTRA, W. e CUNHA, F. **Biografia crítica das letras mineiras: esboço de uma história da literatura em Minas Gerais**. Rio de Janeiro: MEC/INL, 1956.

- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- ERIKSON, Erik. H. **Infância e sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.
- FRACCAROLI, Lenira C. **Bibliografia de literatura infantil em língua portuguesa**. 2. ed. São Paulo: Ed. Jornal do Livros, 1955.
- FRIEIRO, Eduardo. **Letras mineiras - 1929-1936**. Belo Horizonte: Os amigos do livro, 1937.
- FREITAG, Bárbara. **Educação para todos e indústria cultural**. In: **Política educacional e indústria cultural**. São Paulo: Cortez/Autores Associados, 1987.
- FREITAG, Bárbara. **Escola, estado e sociedade**. São Paulo, Cortez e Moraes, 1979.
- FUNDAÇÃO NACIONAL DO LIVRO INFANTIL E JUVENIL. **Bibliografia analítica da literatura infanto-juvenil brasileira: 1965-1974**. São Paulo: Melhoramentos; Brasília: INL, 1977.
- FURTADO, Celso. **O Brasil pós-"milagre"**. 2. ed, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.
- GOLDMANN, Lucien. **Consciência possível e comunicação**. In: COHN, G. **Comunicação e indústria cultural (Org.)** São Paulo: Nacional/Ed.USP, 1977. p. 391-401
- GRAMSCI, A. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.
- HAGUETTE, Tereza M. Frota. **Metodologias qualitativas na sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1987.
- HALLEWELL, L. **O livro no Brasil**. São Paulo: T. A. Queiroz/EDUSP, 1985.
- HELD, Jacqueline. **O imaginário no poder: as crianças e a literatura fantástica**. São Paulo: Summus, 1980.
- HORKHEIMER, M., ADORNO, T. W. **Industrial cultural: iluminismo como sedução das massas**. In: - . **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- KHEDE, S. S. (Org.) **Literatura infanto-juvenil: um gênero polêmico**. Petrópolis: Vozes, 1983.
- KNAPP, Wolfgang. **O que é editora?** São Paulo: Brasiliense, 1980.
- KONDER, L. **O que é dialética?** 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1981. (Col. Primeiros Passos)

- KOSHIYAMA, Alice M. Monteiro Lobato: empresário, trabalhador intelectual e ideólogo da indústria do livro no Brasil.** São Paulo: Depto. Com. e Artes/USP, 1978. Dissertação (Mestrado em Ciências das Comunicações) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 1978.
- KOSMINSKY, Ethel. Pesquisas qualitativas - a utilização da técnica de histórias de vida e de depoimentos pessoais em sociologia.** *Ciência e Cultura*, v. 38, n.1, p. 30-36, jan. 1986.
- KOTHE, Flávio R. (Org.) Walter Benjamin.** São Paulo: Ática, 1985.
- KRAMER, Sonia. A política do pré-escolar no Brasil: a arte do disfarce.** 2. ed. Rio de Janeiro: Achia mé, 1984.
- LAGOA, A. Entrevista: Edmir Perrotti. A escola não está formando leitores críticos.** *Nova Escola*, Ago. 1990.
- LAJOLO, M., ZILBERMAN, R. Literatura infantil brasileira: história e histórias.** São Paulo: Ática, 1984.
- LAJOLO, Mariza. No reino do livro infantil. In: ZILBERMAN, R. (Org.) Os preferidos do público: os gêneros da literatura de massa.** Petrópolis: Vozes, 1987.
- LOPES, Cecília R. O editor profissional de literatura para crianças.** São Paulo: USP-ECA, 1983. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 1983.
- LOURENÇO FILHO. Como aperfeiçoar a literatura infantil.** *Bol. Inform. FNLIJ*, Rio de Janeiro, v.7, n.30, p.5-7, jul./jan. 1975.
- LUCAS, Fábio. O caráter social da literatura brasileira.** 2. ed. São Paulo: Quíron, 1976.
- MACCIOCHI, M. A. A favor de Gramsci.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.
- MARTINS DE OLIVEIRA. História da Literatura mineira; esquema de interpretação e notícias bibliográficas.** Belo Horizonte: Itatiaia, 1958.
- MEIRELES, Cecília. Problemas da literatura infantil.** 3. ed. São Paulo: Summus, 1979. (Novas buscas em educação)
- MELLO, José Marques de. Sociologia da imprensa brasileira: a implantação.** Petrópolis: Vozes, 1973.

- MOLES, Abraham A. **Sociodinâmica da cultura**. São Paulo: Perspectiva/Ed. USP, 1974.
- NAGLE, Jorege. **Educação e sociedade na Primeira República**. São Paulo: EPU/Ediesp, 1974.
- NUNES, Edson de Oliveira, (Org.) **A aventura sociológica; objetividade, paixão, imprevisto e método na pesquisa social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- OLIVEIRA, Alaíde Lisboa. **Bonequinha preta**. Belo Horizonte, Bernardo Álvares, 1968.
- PAOLI, N. J. **Ideologia e hegemonia: as condições de produção da educação**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1981.
- PARA gostar de ler. **Isto É**, n. 1237, jun. 1993.
- PERROTTI, Edmir. **Confinamento cultural, infância e leitura**. São Paulo: Summus, 1990.
- PERROTTI, Edmir. **A criança e a produção cultural: apontamentos sobre o lugar da criança na cultura**. In: ZILBERMAN, R. (Org). **A produção cultural para a criança**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1982.
- PERROTTI, Edmir. **O texto sedutor na literatura infantil**. São Paulo: Icone, 1986.
- PERROTTI, Edmir. **As maravilhas que vêm lá de Minas Gerais**. Nova Escola, 1992. p. 42
- QUEIRÓS, Bartolomeu Campos. **Pedro**. Belo Horizonte: Vega, 1974.
- RIBEIRO, F. A. **Leitura semiótica de "Cavaleiro das sete luas", obra de Bartolomeu Campos Queirós**. *Rev. Cultura UFES*, v. 15, n. 43, p.75-89, 1990.
- RIBEIRO, F. A. **A leitura e sua impotência; tendências da literatura infantil e juvenil brasileira contemporânea**. *Rev. Cultura UFES*, v. 10, n. 31, p.91-6, 1985.
- ROCHA, J. C. (Org.) **Políticas editoriais e hábitos de leitura**. São Paulo: Com-Arte, 1987.
- ROMANELLI, Otaíza. **História da educação no Brasil**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1982.
- ROSA, C. M. **O "boom da venda de livros infantis-juvenis**. Nova Escola, 1991.
- ROSEMBERG, Fúlvia. **O adulto, a criança e a literatura**. *Rev. Bras. Est. Pedagógicos*, v. 62, n. 141, p.7-15, jan./abr. 1977.

- ROUANET, S. Por que o moderno envelhece? A concepção de modernidade em Weber e Benjamin. *Folha de S. Paulo*, 12 jul. 1992. p.6
- SAMPAIO, M. Augôsta B. de. Literatura juvenil em análise: estudo da ideologia de obras premiadas. Belo Horizonte: UFMG, 1990. *Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia) Escola de Biblioteconomia de UFMG, 1990.*
- SANDRONI, L. C. Retrospectiva da literatura infantil brasileira. *Cadernos da PUC/RJ*, n. 33, 1980.
- SANDRONI, L., Machado, L. R. (Org.) *A criança e o livro: guia prático de estímulo à leitura*. São Paulo: Ática, 1986.
- SEMINÁRIO SOBRE EDICIÓN DE LIBROS INFANTILES Y JUVENILES, 1979, Bogotá. Febrero 19-23, 1979. [Resumos] Bogotá: CERLAL, 1980.
- SILVA, Paulo A. N. A editoração na universidade brasileira. *Rev. Cult. Vozes*, v. 65, n.3,p. 213-18, abr. 1971.
- SNEL. *Guia das editoras brasileiras*. 2. ed. Rio de Janeiro, 1980
- SILVA, Ezequiel T. da. *Leitura & realidade brasileira*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1983.
- SMITH, J., Datus C. *Guia para editoração de livros*. Recife: Ed. Universitária da UFPE; Florianópolis: Ed. da UFSC, 1990.
- SODRÉ, Nelson W. *A história da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.
- SODRÉ, Nelson W. *Vida e morte da ditadura; vinte anos de autoritarismo no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1984.
- SORIANO. M. *Guide de littérature pour la jeunesse: courants, problèmes, choix d'auteurs*. Paris: Flammarion, 1975.
- SOSA, Jesualdo. *A literatura infantil: ensaio sobre a ética, a estético e a psico-pedagogia da literatura infantil*. São Paulo: Edusp/Cultrix, 1978.
- SOUZA, Amaury de. *Método e improvisação, ou como conseguir uma entrevista naquele setor que vai dos fundos da Igreja Matriz até o córrego e dali às margens da Rio-Bahia*. In: NUNES, E. O. *A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p. 88.

- STAKE, R. E. **A needed subjectivity in educational research.** Urbana, Ill.: [s.n.], 1980.
- TANURE, Júnia. **Fábrica de sonhos: os escritores e ilustradores mineiros que povoam a imaginação de crianças e adultos com muita criatividade, talento e sensibilidade.** VEJA, 19 jun. 1991.
- TAUBERT, S., Ed. **The book trade of the world.** Wiesbaden: Buchmarkt Forschung; London: A. Deutsh; New York: Bowker, 1976. v. 2.
- THIOLLENT, Michel. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária.** São Paulo: Polis, 1982.
- TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.
- UMA POLÍTICA integrada do livro para um país em desenvolvimento: preliminares para a definição de uma política nacional do livro. São Paulo: CBL; Rio de Janeiro: SNEL, 1976. 2 v.
- A VIDA fora do eixo; a dura e fascinante aventura das editoras que tentam sobreviver longe do Rio e de São Paulo. **Isto É.** 1 fev. 1985.
- VIGNA, Elvira Maria. **Vendendo livros nas escolas.** Rio de Janeiro: UFRJ, 1978. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1978.
- WERNECK, H. **O desatino da rapaziada; jornalistas e escritores em Minas Gerais.** São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- YUNES, Eliana. **Os caminhos da literatura infanto-juvenil brasileira.** In: ENCONTRO DE PROFESSORES DE LITERATURA INFANTIL E JUVENIL, 1. 1980, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: FNLIJ, 1980.
- YUNES, Eliana (Org.). **A leitura e a formação do leitor: questões culturais e pedagógicas.** Rio de Janeiro: Antares, 1984.
- YUNES, E. PONDÉ, G. **Leitura e leituras da literatura infantil.** São Paulo: FTD, 1988.
- YOLANDA, Regina. **O livro infantil e juvenil brasileiro; bibliografia de ilustradores.** São Paulo: Melhoramentos; Brasília: INL, 1977.
- ZILBERMAN, Regina. **A literatura infantil na escola.** São Paulo: Global, 1981.
- ZILBERMAN, R., CADEMARTORI, L. **Literatura infantil: autoritarismo e emancipação.** São Paulo: Ática, 1982.74