

MARINA GONTIJO SANTOS TEIXEIRA

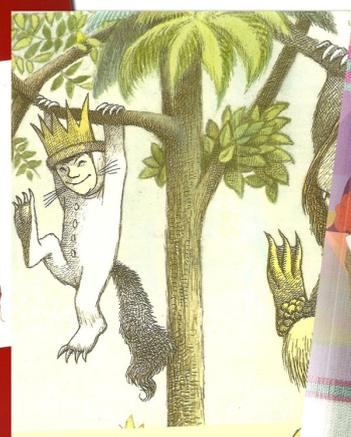
**CATÁLOGOS DE EDITORAS DE LITERATURA INFANTO-JUVENIL:
UMA LEITURA**

**Belo Horizonte
Faculdade de Educação – UFMG
2011**

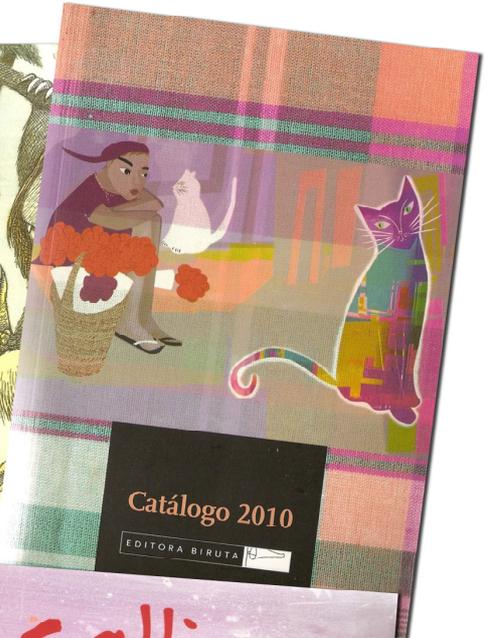
catálogo
livros para adoção



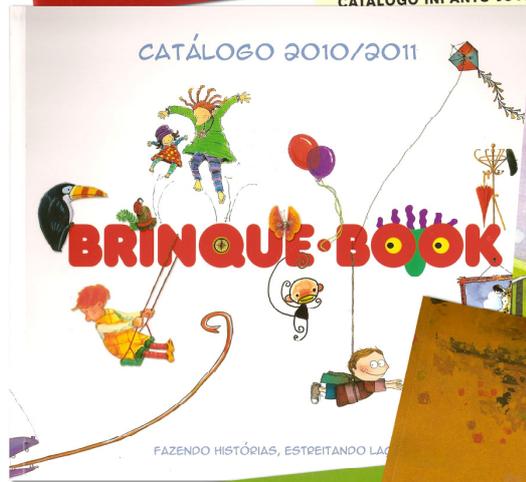
Berlendis & Vertecchia Editores



COSACNAIFY
CATÁLOGO INFANTO-JUVENIL (225)



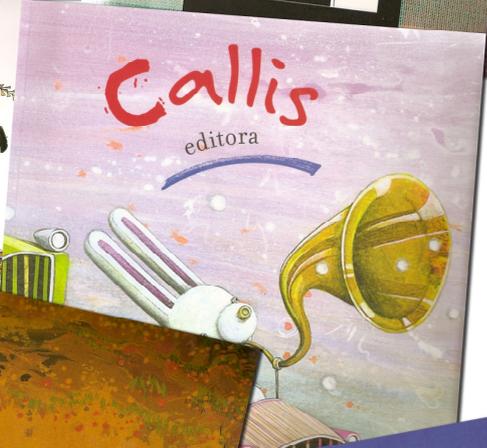
Catálogo 2010
EDITORA BIRUTA



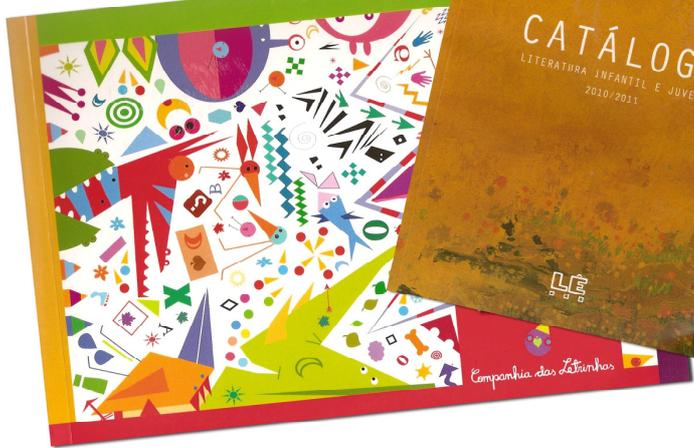
CATÁLOGO 2010/2011

BRINQUE-BOOK

FAZENDO HISTÓRIAS, ESTREITANDO LAÇOS



Callis
editora



CATÁLOGO
LITERATURA INFANTIL E JUVENIL
2010/2011

Companhia das Letrinhas



Catálogo
2010

MARINA GONTIJO SANTOS TEIXEIRA

**CATÁLOGOS DE EDITORAS DE LITERATURA INFANTO-JUVENIL:
UMA LEITURA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação: Conhecimento e Inclusão Social da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Educação.

Linha de Pesquisa: Educação e Linguagem.

Orientadora: Prof^a. Dra. Aparecida Paiva.
Universidade Federal de Minas Gerais.

Belo Horizonte
Faculdade de Educação – UFMG
2011



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO:
Conhecimento e Inclusão Social
Faculdade de Educação da UFMG

Dissertação defendida em 30 de agosto de 2011 perante banca examinadora
constituída pelos seguintes professores:

Prof^a. Dra. Aparecida Paiva
Faculdade de Educação – FaE/UFMG – Orientadora

Prof. Dr. Hércules Tolêdo Corrêa
Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP

Prof^a. Dra. Maria Zélia Versiani Machado
Faculdade de Educação – FAE/UFMG

Prof^a. Dra. Célia Abicalil Belmiro
Faculdade de Educação – FAE/UFMG – suplente

Prof^a. Dra. Carla Viana Coscarelli
Faculdade de Letras– FALE/UFMG - suplente

Dedico este trabalho àqueles que foram, são e serão meus alunos. Ler para uma criança muda a sua história.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me dado saúde e sabedoria para terminar esta 'missão'.

À mamãe e ao papai por terem compreendido (sem muito entender) minhas ausências e pelos afagos nas horas necessárias.

À Didi e ao Gigio pela divertida companhia nos momentos de tensão.

À toda família e, em especial, ao Tio Luiz, pela célebre e insistente pergunta: "E o mestrado, já acabou?". Agora, sim.

Ao André que, mesmo à distância na reta final, foi companheiro e me deu suporte com muito carinho. Obrigada por tudo! Companheiro é companheiro... "Tâmo junto!"

Às amigas de sempre e pra sempre: Piu, Rafa, Carlota, Claudinha, Jú, Carol Quintão e Bárbara. I'm back.

Aos amigos da "casa do Gusão". Obrigada pela alegria de viver. YNWA.

Às amigas-colegas do Colégio Santa Dorotéia que me apoiaram, suportaram meu mau humor e, ainda assim, continuaram amigas: Lú, Iracy, Glaura, Sandra, Lucilene e Carol.

Às colegas da FAE que também sabem "a dor e a delícia de ser o que é" esse tal de mestrado: Virgínia, Eliana e Ana Paula.

Às colegas da EMMP, agradeço por entenderem minha difícil situação que, neste momento, finda-se.

Aos meus lindos alunos. Tudo isso é para que eu seja cada vez mais uma professora especial. Vamos juntos fazer a diferença?

Aos zelosos Zélia e Hércules. Professores que inspiram. Obrigada pela cuidadosa e engrandecedora leitura.

Por fim, à querida Cidinha, culpada por ter me seduzido com suas aulas de Literatura, responsável por me apresentar o caminho da pesquisa e por possibilitar a finalização desse árduo empreendimento. Além de orientadora, tornou-se amiga. Obrigada por me acalmar e confiar na minha capacidade. Sem o seu apoio, não teria dado certo.

A todos aqueles que participaram de uma forma ou de outra desse "espiral", c'est finit!

No mais, Gerais.

É preciso que eu suporte duas ou três lagartas se eu quiser conhecer as borboletas.

Antonie de Saint-Exupéry

RESUMO

Esta pesquisa insere-se na linha de Educação e Linguagem, no eixo da Literatura e Formação do Leitor, e teve como objetivo realizar uma leitura dos catálogos de editoras dedicadas ao público infanto-juvenil, percebendo-os como mediadores importantes das obras literárias que circulam na escola. A relevância deste estudo reside no fato de serem os catálogos um documento cada vez mais decisivo no momento da escolha das obras indicadas como leitura para os estudantes. Para a análise em questão, selecionamos como *corpus*, dentre um universo de 240 impressos, oito catálogos de editoras. De um modo geral, as empresas selecionadas dedicam-se exclusivamente à Literatura infanto-juvenil, não participam do mercado de didáticos e tiveram obras selecionadas para o Programa Nacional Biblioteca da Escola (PNBE) do ano de 2010. Nesta pesquisa algumas facetas foram analisadas: para quem são pensados os catálogos? A quem eles se destinam? O foco dessa ou daquela editora é meramente comercial ou há intenção de divulgar a literatura prazerosa, da fantasia, do inusitado? De quais elementos visuais ou textuais os catálogos fazem uso para chamar a atenção do leitor? Para essas análises foram utilizados como referenciais teóricos a Análise Documental, que trata o catálogo como fonte primária de investigação; a Análise de Discurso de linha francesa, que busca compreender a língua fazendo sentido e os estudos sobre as práticas de leitura, principalmente, os de Roger Chartier, que, por sua vez, nos ajudam a observar as marcas dos textos que conduzem nossas leituras. Foi constatado que a circulação dos catálogos nos espaços escolares cresceu com o fortalecimento da relação mercado e Estado. A análise também revelou que a categorização por faixas etárias é uma das marcas mais fortes de escolarização do impresso, que há uma tendência das editoras em enxergar os mediadores de leitura como destituídos de competência para realizar escolhas literárias mais autônomas e, por fim, constatamos que a indicação das premiações recebidas pelas obras é uma das maiores armas da indústria editorial para atrair o seu cliente. Este estudo, portanto, pretendeu ampliar as reflexões a respeito da leitura literária na escola por meio dos catálogos editoriais.

ABSTRACT

This research, undertaken within the field of Education and Language, focused on the study of Literature and Reader's Development through the analysis of publishers' catalogs dedicated to children and youth's literature, with intent to approach a better understanding of how schools elect the literature books they assign to their students. The relevance of this study consists in the fact that publishers' catalogs play a decisive roll in the election of the literature books used in schools. For the proposed analysis 8 publishers' catalogs were selected among a universe of 240. In general, the selected publishers' catalogs are dedicated exclusively to children and youth's literature, do not participate in the market of textbooks and were selected for the National School Library Program (PNBE) in the year of 2010. In this study some aspects were analyzed: For which readers are the catalogs designed? To whom are they intended? Is the publishers purpose merely commercial or is there any intention to evoke the pleasure, fantasy and unusual of Literature? Which visual or textual elements do the catalogs use to draw the reader's attention? Those questions were answered with the method of Documental Analysis, that treats the publishers' catalog as a primary source of research; with the French theory of Discourse Analysis, that seeks to understand the language as socio-psychological pattern rather than a text structure and that studies the reading practices, especially through the studies of Roger Chartier – which also helps us to comprehend the text marks that lead our reading. It was found that the spread of publishers' catalogs among schools grew as the relationship between the Market and the Government became stronger. The research also revealed that age group is one of the main criteria used to select books in catalogs, that the reader's mediators (educators) are usually seen as incapable of making literary judgment of the books and, finally, that the prizes awarded by the books is the main tool to attract customers. This study therefore aimed to broaden the understanding of Literature in schools through publishers' catalogs.

LISTA DE GRÁFICOS

1 – Índices dos catálogos	79
---------------------------------	----

TABELAS

1 – Dados sobre pesquisas acadêmicas que submeteram à análise catálogos editoriais de literatura infanto-juvenil	41
2 – Cadeias referenciais das apresentações das editoras	54
3 – Categorias de análise	56
4 – Produção editorial na década de 1990	99
5 – Políticas de incentivo à leitura no Brasil	102

FIGURAS

1 – Anúncios de livros no <i>Gurilândia</i>	31
2 – Catálogo impresso para jovens da inglesa Abrams Books	36
3 – Catálogos estrangeiros	37
4 – Página interna de um catálogo estrangeiro	38
5 – Detalhamento da página interna de um catálogo estrangeiro	39
6 – Capa do catálogo Editora Berlendis	61
7 – Capa do catálogo da Editora Biruta	61
8 – Capa do catálogo da Editora Cosac Naify	62
9 – Capa do catálogo Editora Lê	62
10 – Capa do catálogo da Editora Brinque-Book	62
11 – Capa do catálogo Editora Callis	62
12 – Capa do catálogo da Editora Companhia das Letrinhas	63

13 – Capa do catálogo da Editora Panda Books	63
14 – Capa do catálogo da Editora Lê	64
15 – Capa do catálogo da Editora Berlendis	64
16 – Capa do catálogo da Editora Callis	65
17 – Capa do catálogo da Editora Berlendis	67
18 – Capa do catálogo da Editora Cosacnaify	67
19 – Capa do catálogo da Brinque-Book com seu <i>slogan</i> em destaque	68
20 – Detalhe de um catálogo e sua resenha	83
21 – Detalhe de um catálogo e sua resenha	84
22 – Detalhes das premiações em dois catálogos	88

ANEXOS

I– Ficha que deu embasamento às categorias de análise.....	119
--	-----

LISTA DE SIGLAS E ABREVIações

CEALE – Centro de Alfabetização, Leitura e Escrita
FNLIJ – Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil
GPELL – Grupo de Pesquisa do Letramento Literário
INL – Instituto Nacional do Livro
PNBE – Programa Nacional Biblioteca da Escola
PNLD – Programa Nacional do Livro Didático
PNSL – Programa Nacional Salas de Leitura
PROLER – Programa Nacional de Incentivo à Leitura
SNEL – Sindicato Nacional dos Editores e Livreiros
UFMG – Universidade Federal de Minas Gerais
UFPE - Universidade Federal de Pernambuco
UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas
USP – Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO 1 – Editoras e Catálogos: um breve histórico	22
1.1 - A gênese do mercado editorial brasileiro	22
1.2 - Os catálogos na história	28
1.3 – Alguns catálogos pelo mundo	36
1.4 - O catálogo de literatura enquanto objeto de pesquisas acadêmicas	39
CAPÍTULO 2 - Os catálogos e suas editoras	45
2.1 - Apresentação das editoras selecionadas	45
2.2 - Lendo catálogos	56
CAPÍTULO 3 - O Mercado editorial e seu endereçamento escolar	91
3.1 - Literatura infanto-juvenil e escola: um laço ou um nó?.....	91
3.2 - As políticas de incentivo à leitura no Brasil	99
CONSIDERAÇÕES FINAIS	106
Referências Bibliográficas.....	113
Anexo	119

INTRODUÇÃO

“São os catálogos das editoras, cada vez mais requintados, que, invadindo a escola e a casa do professor, dão as cartas no momento da escolha das obras indicadas como leitura para os estudantes.” (CECCANTINI, 2004, p. 35)

Este trabalho situa-se na linha de Educação e Linguagem, no eixo da Literatura e Formação do Leitor e tem como objetivo fazer uma leitura dos catálogos de editoras dedicadas ao público infanto-juvenil, percebendo-os como importantes mediadores das obras literárias que circulam na escola.

A prática de catalogar é bastante antiga. Se catalogar, segundo o dicionário Aurélio, é “Relacionar em catálogo, classificar, inventariar”¹, então já se catalogava desde a Antiguidade, como nos mostra a pesquisadora Rosa Maria Rodrigues Corrêa²: “os catálogos, na Antiguidade (Século V a.C. – Século V d.C.), tinham como uma de suas premissas o controle bibliográfico.” (p.11).

O desejo de investigar os catálogos de Literatura infanto-juvenil não surgiu após a constatação acima. Surgiu por meio de outra comprovação: a do papel decisivo desse impresso na seleção de livros que circularão na escola. Tal evidência foi fundamental para a escolha do catálogo como objeto de investigação e ocorreu durante a minha participação voluntária em uma pesquisa no ano de 2008.

Nessa pesquisa, buscávamos saber como se davam o uso e a recepção dos catálogos de editoras por professores dos anos iniciais do Ensino Fundamental. Para tanto, distribuímos questionários³ aos docentes das redes municipal e estadual de Belo Horizonte e Minas Gerais que, à época, estavam em formação na Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

1 FERREIRA, Aurélio B. de Hollanda. Novo dicionário da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975

2 Ver mais em CORRÊA, Rosa Maria Rodrigues. Catalogação descritiva no século XXI: um estudo sobre o RDA. 2008. 65f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, da Universidade Estadual Paulista, Marília, 2008.

3 Ver mais em PAIVA, Aparecida; MONTUANI, Daniela F. B.; TEIXEIRA, Marina G. S; Para “conquistar” o mercado escolar: os endereçamentos presumidos nos catálogos de publicações para crianças. Participação em Mesa Redonda no II LIHED – Seminário Brasileiro de Livro e História Editorial. Niterói/mai-2009.

Responderam ao questionário sobre práticas de escolha de livros literários 326 docentes⁴. Desse montante, 75% informaram que utilizam os catálogos como referência de escolha de livros e 85% se manifestaram favoráveis ao uso desse impresso. O último dado indica que, mesmo para professores em que o acesso ao catálogo não foi possível, o documento é considerado importante, ou seja, diante dos significativos números referentes ao uso efetivo dos catálogos por professores dos anos iniciais do Ensino Fundamental, foi possível perceber a relevância desse impresso na mediação da Literatura e tomá-lo como objeto de pesquisa.

Com o objeto do estudo decidido, foi necessário construir um *corpus* de análise. Esse *corpus* pôde ser vislumbrado ainda durante a pesquisa citada, mas foi melhor desvendado durante a minha participação como estagiária do Programa Nacional Biblioteca da Escola (PNBE) naquele mesmo ano e como avaliadora de livros do mesmo programa em 2009.

Nesses dois anos, tive livre acesso aos materiais das editoras enviados para a secretaria do programa, dentre eles, muitos catálogos. Além disso, conheci inúmeros e importantes dados referentes ao PNBE, a partir dos quais pude fazer um levantamento de quantas e quais editoras se inscreveram para os programas de 2009 e 2010. Obtive o número médio de 240 editoras em cada ano, porém, investigar 240 catálogos de editoras seria algo impossível de se fazer, tanto pela quantidade de impressos a serem analisados, como pela dificuldade, constatada posteriormente, de conseguir materiais atuais das editoras num mesmo espaço de tempo.

Assim, foi preciso, para a seleção do *corpus*, reduzir o número de editoras a serem investigadas. Decidi, portanto, optar por aquelas que tiveram suas obras selecionadas para os oito acervos⁵ do PNBE/2010, porque, naquele ano, os livros seriam destinados à Educação Infantil e aos anos iniciais do Ensino Fundamental. Como era meu

4 PAIVA, Aparecida; MONTUANI, Daniela F. B.; TEIXEIRA, Marina G. S; Para "conquistar" o mercado escolar: os endereçamentos presumidos nos catálogos de publicações para crianças. Participação em Mesa Redonda no II LIHED – Seminário Brasileiro de Livro e História Editorial. Niterói/mai-2009.

5 Para o PNBE/2010, foram selecionados oito acervos para os anos iniciais do Ensino Fundamental e Educação Infantil. Para outras informações, acessar a Portaria de nº 969, de 9 de outubro de 2009, no Diário Oficial da União.

interesse investigar catálogos de Literatura infanto-juvenil, a escolha pelo ano de 2010 foi imprescindível. O número, então, passou de 240 para, aproximadamente, 70 editoras/catálogos.

Entretanto, foi necessário reduzir ainda mais o *corpus*, porém mantendo a boa representatividade de editoras. Então, o próximo critério estabelecido foi o de excluir as editoras que foram consideradas "híbridas" do ponto de vista do seu projeto editorial, ou seja, que se dedicavam não só ao mercado literário, mas também aos materiais didáticos. Isso foi feito para que o acervo analisado abarcasse apenas editoras dedicadas, quase que exclusivamente, à Literatura, foco deste trabalho.

Por fim, o último estreitamento deu-se pela escolha daquelas editoras mais presentes no imaginário dos professores, conforme verificado em levantamento realizado nos cursos de formação do Centro de Alfabetização, Leitura e Escrita (CEALE) e nas reuniões do Grupo de Pesquisa do Letramento Literário (GPELL), grupo do qual faço parte como pesquisadora. Assim, o universo inicial de 240 tornou-se, ao processo final de triagem, 10 editoras/catálogos.

Construído o *corpus*, iniciei o processo de coleta do material. Como já havia participado de uma pesquisa que utilizou catálogos e possuía outras dezenas graças ao PNBE, eu tinha em mãos o de que precisava, porém, interessavam-me os catálogos mais atuais, preferencialmente, os de 2010, já que neles poderiam estar expostas as obras infanto-juvenis selecionadas no ano de 2009 e distribuídas em 2010.

Outro motivo que me fez optar pelos catálogos do ano de 2010 foi a hipótese de que, nesses catálogos, haveria marcas da seleção do PNBE realizada no ano de 2009, quando foram selecionados livros para a Educação Infantil e para os anos iniciais do Ensino Fundamental. Dessa forma, os impressos poderiam apresentar tendências literárias influenciadas pelas escolhas realizadas pela academia. Essa interferência da academia sobre a produção literária é melhor explicada por Cosson (2010):

A indicação de uma obra como adequada para compor o acervo do PNBE pode levar não apenas à adoção dos mesmos padrões temáticos, como já se observou anteriormente, e que ademais é uma prática comum no mercado, mas também à adoção de padrões linguísticos e ilustrativos. Com isso, fica cerceada a inventividade dos escritores e ilustradores e promove-se certa “academização” da produção literária, posto que o editor, pelos investimentos feitos na publicação de uma obra, preferirá apostar naquilo que julga ser o desejado ou o que já foi aprovado pela avaliação pedagógica. Para evitar esse risco, cumpre observar no processo de avaliação a emergência desses padrões e minimizar nos acervos a presença das obras de segunda e terceira mão que os representam. (no prelo)

A necessidade de trabalhar com catálogos de 2010 me obrigou a fazer contato com as editoras solicitando seus impressos. A grande maioria se prontificou a enviá-los imediatamente, via correio. Outra forma de consegui-los foi por meio dos divulgadores que, também prontamente, me disponibilizaram o material. Do *corpus* de dez editoras vislumbrado nesta pesquisa, apenas duas não enviaram seus catálogos: as editoras *Girafinha* e *Manatti*.

Por fim, após realizar uma seleção baseada em tantos critérios, iniciando pela escolha de editoras que se inscreveram no PNBE 2009/2010, àquelas que tiveram livros selecionados pelo programa, passando pelas que se dedicavam principalmente à Literatura Infantil e as mais representativas no mercado, foi possível condensar um universo de centenas de editoras em apenas oito: *Berlendis*, *Biruta*, *Brinque-Book*, *Callis*, *Companhia das Letrinhas*, *Cosac Naify*, *Lê* e *Panda Books*.

Com os oito catálogos em mãos, iniciei o trabalho. Primeiramente, fiz um levantamento a respeito dos dados do nosso mercado editorial. O resultado desse levantamento me motivou ainda mais a pesquisar os catálogos de editoras de Literatura infanto-juvenil, dado o enorme crescimento e o alto volume de investimentos do mercado editorial nos últimos anos, em especial, na fatia destinada aos jovens leitores.

Dos 390 milhões de exemplares publicados em 2009, o gênero infanto-juvenil contribuiu com mais de 55 milhões de livros (14,1%)⁶. Hoje, no país, a publicação de livros para crianças e adolescentes ultrapassa a de literatura para adultos. Esses números

⁶ Dado obtido no site www.brasilquele.com.br, em notícia intitulada Mercado da literatura infantil está em crescimento no Brasil. Acessado em 08/10/2010.

progridem a cada ano, motivados, principalmente, pelos enormes investimentos na melhoria dos índices de leitura da população.

Nesse sentido, já manuseando os impressos, procurei encontrar os reflexos do que está acontecendo no mercado editorial destinado aos pequenos leitores. Algumas hipóteses foram levantadas: Para quem são pensados os catálogos? A quem eles se destinam? O foco dessa ou daquela editora é meramente comercial ou há intenção de divulgar a literatura prazerosa, da fantasia, do inusitado? Que mediações esse impresso está promovendo no meio escolar? Que marcas ele traz sobre as tendências atuais, sobre o que é a Literatura infanto-juvenil? Que leitores são vislumbrados e que mediadores de leitura são imaginados pelas editoras? Quais características apresentam um livro para estar em catálogo? Ser premiado? Fazer parte de uma coleção? De quais elementos visuais ou textuais os catálogos fazem uso para chamar a atenção do leitor? Quais livros estão em destaque?

Todas essas hipóteses me levaram à seguinte reflexão, já apresentada por Marisa Lajolo:

São assim, múltiplas e insubstituíveis as lições dos catálogos. Estudá-los e discuti-los não conduz, evidentemente, a traçar armas contra a indústria editorial. Trata-se, sim e urgentemente, de entendê-la e de aprender a lidar com ela, entre outras razões porque ela é já agora necessária. Esfinge de nossos dias, ele nos espreita em cada uma das muitas dobras e dos muitos avessos dos generosos projetos que engendramos, em que nos envolvemos, que reivindicamos em prol da leitura e dos livros. A indústria nos espreita e nos desafia, como a esfinge: "ou me decifras, ou te devoro...". (LAJOLO, 2008, p. 32)

De posse do material e com as hipóteses levantadas, duas posturas metodológicas foram escolhidas. A primeira foi o estudo exploratório das editoras selecionadas e a identificação e recorte dos catálogos sob os olhos da Análise Documental. Já a segunda foi a realização de uma abordagem mais qualitativa dos impressos, na qual analisei seus textos e sua constituição a partir das perspectivas criadas na pesquisa da qual fiz parte, das práticas de leitura e dos dados do mercado editorial.

O estudo exploratório da história das editoras no país, do surgimento à situação atual, era relevante, pois inseri-las no contexto do mercado atual e conhecer o histórico de sua formação me permitiria entender melhor o funcionamento de seu sistema de divulgação de livros, feito através dos catálogos.

Para identificar e recortar os catálogos apoiei-me na teoria da Análise Documental Lüdke & André (1986) que afirma que, por se tratarem de material impresso (documento), os catálogos são considerados fontes primárias, visto que estão sendo analisados tais como foram concebidos por seus autores, nesse caso, os editores. Nessa perspectiva, os catálogos são encarados como produto de um contexto sócio-histórico específico, portador, como qualquer documento, de um conteúdo passível de análise.

É importante dizer que esse tipo de estudo objetiva identificar, em documentos impressos, informações que subsidiem respostas para algumas questões da pesquisa. No papel de portador natural de informação, os catálogos (documentos) “não são apenas uma fonte de informação contextualizada, mas surgem num determinado contexto e fornecem informações sobre esse mesmo contexto” (Idem, p. 39). Por fim, resalto que a Análise Documental foi adotada por ser a linguagem utilizada nos documentos, os catálogos, elemento fundamental de investigação.

Identificar as práticas de leitura presentes nos catálogos também era importante, pois, segundo Chartier (1996)

na maioria dos casos, o estudo das impressões deve ser conduzido com atenção, porque examina um material em que a organização tipográfica traduz, claramente, uma intenção editorial e porque pode revelar a marca, no próprio objeto, das maneiras populares de ler. (p.99)

Além disso, “os dispositivos tipográficos têm, portanto, tanta importância, ou até mais, do que os ‘sinais’ textuais, pois são eles que dão suportes móveis às possíveis atualizações do texto.” (Idem, 1996, p.100).

Como metodologia de suporte à análise, busquei, também, a Análise de Discurso de linha francesa. Através do olhar dessa vertente metodológica “procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história.” (ORLANDI, 2001, p.15). A AD nos permite visualizar os documentos como objetos com marcas históricas, na medida em que sabemos que “a linguagem só faz sentido porque se inscreve na história.” (p. 25). Como analista do discurso dos catálogos de Literatura infanto-juvenil não busquei uma “verdade oculta atrás do texto”, mas, sim, compreender os “gestos de interpretação que o constituem.” (p. 26)

Há algo da ordem da materialização e da circulação que faz com que um texto seja lido de um modo e não de outro. É por isso e pelos objetivos a que este trabalho se propôs a fazer que optamos por utilizar os referenciais da Análise do Discurso.

Por fim, por ser um instrumento de divulgação de um produto, seria ingênuo de nossa parte não acreditar que os catálogos viriam repletos de elementos persuasivos e desprovidos de ideologia. É por isso, que, mais uma vez, a AD torna-se fundamental nesta análise, pois “a materialidade específica da ideologia é o discurso e a materialidade específica do discurso é a língua [...] (p.17)

Por outro lado, conhecer os dados do mercado editorial brasileiro foi fundamental, pois ao perceber as estratégias editoriais, o leitor almejado e a fatia do mercado a ser atingida, eu poderia realizar uma leitura diferente e mais real dos catálogos, compreendendo-os inseridos na história desse mercado no Brasil.

Para percorrer todo esse caminho, desde a apresentação da história do mercado editorial, passando pelo surgimento dos catálogos como peças de divulgação, até chegar à análise dos impressos em si, a organização da presente pesquisa deu-se da seguinte maneira.

No primeiro capítulo, ***Editoras e catálogos: um breve histórico***, busquei apresentar, de modo sucinto, a história das editoras no Brasil, juntamente das informações referentes ao surgimento do nosso mercado editorial. Busco mostrar como se constitui o quadro atual das editoras brasileiras, bem como os dados recentes do nosso mercado livreiro. Ainda nesse capítulo inicial, realizo uma retomada ao passado para visualizar as antigas práticas de divulgação de livros das editoras, a fim de reconhecer os catálogos nesse processo. Finalmente, ilustro esse capítulo com exemplos de catálogos pelo mundo e, ainda, apresento o catálogo como objeto de pesquisa acadêmica.

Já no segundo, intitulado ***Os catálogos e suas editoras***, exponho os perfis das editoras selecionadas para a pesquisa e explico o processo de estudo dos impressos. Também realizo uma leitura dos catálogos a partir das dimensões de análise criadas a partir da ficha⁷ de análise criada para uma pesquisa⁸, da qual fiz parte, e agrupadas por mim para esta investigação: capas, índices, destinatários, resenhas e presença das marcas das premiações em suas páginas.

Por sua vez, no terceiro capítulo, denominado ***O mercado editorial e seu endereçamento escolar***, indico as políticas públicas de incentivo à leitura, o surgimento e o fortalecimento do segmento infanto-juvenil vinculado à escola, passando pelo *boom* da Literatura infantil nos anos 1980 e 1990.

Por fim, às **Considerações Finais** couberam tanto reflexões como considerações a respeito do que entendem as editoras por leitura, leitor e Literatura. Também problematizo o perfil do educador vislumbrado pelas editoras nos catálogos e, finalmente, as implicações da didatização ou escolarização da Literatura infanto-juvenil.

Nesse sentido, a presente pesquisa tem por finalidade contribuir para o enriquecimento das discussões que envolvem os laços estreitos do mercado editorial com a educação, além de apontar outros caminhos que ainda necessitam ser trilhados nessa temática.

7 Ver a ficha no Anexo I.

8 A pesquisa citada foi um desdobramento de outra, já citada, que investigou a utilização dos catálogos pelos professores. Nela, analisamos catálogos a partir de uma ficha com categorias de análises criadas pelas pesquisadoras.

CAPÍTULO 1 – EDITORAS E CATÁLOGOS: UM BREVE HISTÓRICO

Neste capítulo, será apresentado, de forma sucinta, o surgimento do nosso mercado editorial e, por conseguinte, dos nossos editores, correlacionando-os aos baixos índices atuais de leitura do Brasil. Outro objetivo é fazer uma visita ao passado com o propósito de visualizar as práticas de divulgação de livros, localizando os catálogos nesse processo e apresentando os elementos que os tornam um impresso tão utilizado pela escola. Finalmente, este capítulo é ilustrado com exemplos de catálogos que circulam pelo mundo e encerra apresentando-os como objeto de pesquisa acadêmica.

1.1 A gênese do mercado editorial brasileiro

O crescente desenvolvimento econômico do Brasil, nos últimos anos, é inegável. Em 2009, por exemplo, alcançamos o 6º melhor PIB dentre os países do G20. Os bons números permitiram melhoras no investimento de vários setores, dentre eles o da educação. É ilustrativo o fato de que, atualmente, essa pasta é a responsável pelo maior orçamento do governo: R\$ 41 bilhões, soma equivalente a 4,6% do PIB brasileiro⁹. Como consequência desse aumento de investimentos, verificou-se que a taxa de analfabetismo do país entre pessoas de 15 anos de idade ou mais caiu de 10% para 9,7% entre 2008 e 2009, uma queda discreta, porém a quinta consecutiva.

Com esse ritmo de desenvolvimento, todos os ramos da economia passam a ser afetados e o que nos interessa, mais de perto, não fica de fora. Nosso mercado editorial realiza uma movimentação financeira de cerca de 2,5 bilhões de reais por ano. Segundo índice do Sindicato Nacional dos Editores e Livreiros (SNEL), somos o décimo país do mundo no ranking dos grandes mercados editoriais. No biênio 2008/2009, a previsão de vendas era de quase 9 milhões de livros de literatura, sendo 3,4 milhões somente no segmento infantil.

⁹ Em 04/11/2010, o portal brasil.gov.br noticiou que "o investimento público direto em educação chegou, em 2009, a um total de 5% em relação ao Produto Interno Bruto (PIB), alcançando, com isso, a meta proposta para este ano".

Contudo, os mais atentos percebem que há uma contradição entre os números extravagantes acima citados *versus* o nosso baixo número de leitores. Amargamos um dos piores índices de leitura do mundo e de quantidade de leitores proficientes - aqueles capazes de interpretar textos simples¹⁰. Dados do Instituto Pró-Livro mostram que, de um lado, somos 77 milhões de não leitores, dos quais ‘apenas’ 14,1 milhões são analfabetos. De outro, somos 95 milhões de leitores que leem, em média, 1,3 livro por ano. Se incluídas as obras didáticas e pedagógicas, o número sobe para 4,7. Em outras palavras: o brasileiro lê pouco¹¹.

Assim, temos o seguinte quadro contraditório: somos um país com um mercado editorial forte e em contínuo crescimento, mas carregamos o estigma de ter um dos piores índices de leitura do planeta, ou seja, podemos dizer que nosso mercado é “um Mercedes circulando com rodinhas de rolimã”¹².

Uma das explicações para o atraso em nossos índices de leitura em relação a outros países pode estar no passado. Fomos um dos últimos países a ter imprensa, o que explica, em parte, a ausência desse hábito. Outro ponto que merece ser mencionado diz respeito ao fato de termos sido colônia por mais de 300 anos, período no qual, em regra, nos faltou liberdade econômica e cultural para que pudéssemos consumir bens dessa natureza.

Havia impedimentos legais para que os livros chegassem ao Brasil, além de censura àqueles que aqui conseguiam aportar. De um jeito ou de outro, ter acesso a um livro no passado nunca era tarefa fácil. Pombal até que tentou modernizar a colônia, porém foram os holandeses que, na região de Pernambuco, introduziram a impressão no país:

A primeira tentativa de introduzir a impressão no Brasil, de que possuímos provas documentadas, foi feita não pelos portugueses, mas pelos holandeses,

¹⁰ Em 2006, o Brasil encontrava-se em 46º lugar, num total de 56 países avaliados, e já esteve em 51 em outra oportunidade. Mais informações em <http://pisacountry.acer.edu.au/>.

¹¹ Os dados estão na pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, feita com 5.012 pessoas em 311 municípios de todos os estados em 2007. Vale dizer que nos Estados Unidos a média de leitura, excluídas as obras didáticas e pedagógicas, é de 7 livros por habitante e na França é de 5 livros por habitante.

¹² Segundo o site www.amigosdolivro.com.br, a metáfora é usada pelos professores Fábio Sá Earp, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, e George Kornis, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Acessado em 20 de julho de 2010.

no período de 1630 a 1655, quando ocuparam o Nordeste brasileiro. Uma carta do Supremo Conselho (holandês) do Brasil (...) solicitava o envio de um prelo para que as ordens oficiais recebessem “maior consideração” e o Conselho fosse poupado do estafante trabalho de copiar. (HALLEWELL, 2005, p. 85).

Apesar da investida holandesa, visivelmente de intenção burocrática, a impressão de fato no Brasil ainda esperou um bom tempo para se firmar. Para a metrópole não havia razão para permitir a implantação de um prelo no Novo Mundo, já que o papel da colônia era meramente de fornecimento de matéria prima. Por isso, “toda a produção de livros e impressos ficaria restrita a Portugal”. (HALLEWELL, 2005, p. 95).

Curiosamente, o incipiente crescimento econômico brasileiro parecia dificultar ainda mais o desenvolvimento da impressão no país. Isso ocorreu porque, quanto mais aumentava nosso poder econômico, mais éramos visados por outras nações e mais éramos isolados de qualquer tentativa de aproximação estrangeira, sempre com o intuito de proteger nosso lucrativo mercado de ameaças externas e garantir a exclusividade portuguesa às nossas riquezas¹³. Tal cenário implicava a seguinte situação: “Qualquer pequeno escrito original que surgisse no Brasil colonial deveria, forçosamente, ou ser publicado na Europa ou permanecer na forma de manuscrito.” (Idem, p.96). A necessidade de um prelo em nossas terras era visível e seria difícil sustentar essa situação num país que crescia e se tornava tão atraente a todos os olhos.

Foi, então, que no início do século XIX, o rumo da história de nosso mercado editorial começou a mudar, graças à fuga da corte portuguesa para o Rio de Janeiro em 1808. Somente após o desembarque da família real, redigiu-se, enfim, a Carta Régia que autorizava a impressão no Brasil, porém, para o descontentamento de muitos, a permissão restringia-se à Imprensa Régia, que também exercia o papel de censurar as obras que não agradassem à corte. Assim, para se ter posse de “certos” livros, era mais uma vez necessário recorrer ao contrabando, já que a censura atuava fortemente.

13 “Num sentido material, isto significa não apenas a proibição de visitantes estrangeiros (expulsos do Rio já em 1707), mas também a restrição ao acesso de navios de outras bandeiras por questões de segurança marítima.” (HALLEWELL, 2005, p.95).

Infelizmente, tanto o monopólio da imprensa quanto a censura duraram 14 anos. Findaram-se com a proclamação de nossa independência, em 1822.

Vale dizer que a imprensa brasileira sofria significativas mudanças para acompanhar a efervescência política do país, que já sonhava com a independência há algum tempo, e por isso as impressões passaram a ser estimuladas cada vez mais nesse período. Essa movimentação política, que caracterizou a maior parte dos anos do século XIX, continuou a impulsionar o desenvolvimento da imprensa, em especial do segmento relativo aos periódicos que se multiplicavam, pois influenciavam a militância no país.

Assim, da chegada da corte em 1808 ao ano seguinte à Proclamação da República (1890), o Rio de Janeiro passou a ter 45 livrarias, ao invés de 2, e 67 tipografias, ao invés de uma, panorama que outras províncias também acompanharam. Apesar do nítido avanço, os números ainda deixavam a desejar, visto que “Paris possuía, na metade da década de 1820, 480 livrarias e 850 tipografias.” (p. 120)¹⁴.

Os números refletiam o crescimento do mercado. No entanto, havia outro entrave que impedia seu maior desenvolvimento: a estrutura social brasileira. No país não havia políticas públicas efetivas para alavancar a educação e, além do mais, a maioria da nossa população ainda se concentrava nos interiores, impedindo que grandes cidades surgissem e se desenvolvessem.

Apenas em meados do século XIX é que a sociedade experimentou significativas mudanças sociais, motivadas por alguns importantes eventos: o processo abolicionista, a chegada de imigrantes, o desenvolvimento da lavoura de café e a crescente urbanização. Tais transformações incentivaram, dentre outros setores, o mercado editorial, especialmente pelo movimento que visava à melhoria do sistema educacional brasileiro, como nos informa a passagem abaixo:

Só por volta de 1840 o Brasil do Rio de Janeiro, sede da monarquia, passa a exibir alguns dos traços necessários para a formação e fortalecimento de uma

¹⁴ Ver tabela da pg. 121 em HALLEWELL, 2005.

sociedade leitora: estavam presentes os mecanismos mínimos para produção e circulação da literatura, como tipografias, livrarias e bibliotecas; a escolarização era precária, mas manifestava-se o movimento visando à melhoria do sistema (...) (LAJOLO e ZILBERMAN, 2003, p.18).

A verdadeira revolução na educação, entretanto, ocorreu somente quando o Império deixou de existir. Os políticos perceberam o atraso da educação brasileira em relação a outros países e decidiram que a precariedade de nossas escolas não combinava com a prosperidade trazida pelo café e pelos imigrantes que aqui se fixaram: “A nova República, seguindo na educação como em tantas outras coisas o modelo dos Estados Unidos, procurou substituir a herança educacional elitista do Brasil por um sistema moldado na escola pública ianque.” (HALLEWELL, 2005, p.281).

Dessa forma, o sistema escolar, entre o final do século XIX e o início do XX, passou a receber efetivas intervenções “cf. leis e pareceres de Rui Barbosa, Leôncio de Carvalho, Benjamin Constant, Epiácio Pessoa, Rivadavia, etc (...)” (COELHO, 1991, p. 204).

Por sua vez, a consolidação de um mercado editorial eficiente e legítimo começa a aparecer nos idos do século XX. Seu sucesso dependia de um sistema educacional mais organizado e bem estruturado e foi incentivado tanto pelo desenvolvimento político e econômico do país, quanto pelo surgimento de uma nova classe social que passou a valorizar mais o saber e, conseqüentemente, a Literatura.

[...] o Brasil das primeiras décadas do século XX passava por transformações que contribuíram para o florescimento do mercado editorial e, gradualmente, de um segmento do mesmo voltado à literatura infantil. (SOARES, 2007, p.51).

Os novos tempos traziam consigo outro aspecto que aqui nos interessa diretamente: o foco na criança. Se nos séculos anteriores elas era consideradas seres de menor importância e incultos, no XX passam a receber uma atenção especial da sociedade e da indústria cultural. Nesse aspecto, a literatura infanto-juvenil, ao mesmo tempo, influenciou e foi influenciada por esse novo paradigma.

Segundo Gouvêa (2005), esse seria o “século da criança” ou “século da infância”. Não se pode esquecer de que um processo sócio-histórico vinha ocorrendo em todo o mundo até se chegar a essa intensa preocupação com os pequenos.

É inegável a centralidade que a infância assumiu na cultura contemporânea, a ela sendo direcionado todo um mercado de bens simbólicos alicerçados na idéia da sua singularidade e distinção em relação ao adulto. Embora a afirmação da especificidade da infância resulte de uma longa construção histórica, foi no século passado que ganhou contornos mais precisos e definidos, tornando-se alvo de um conjunto de políticas de proteção e amparo e, por outro, de uma maciça produção cultural. (GOUVÊA, 2005, p. 1).

As crianças tornavam-se o centro das atenções e respondiam ao mercado consumindo produtos específicos para esse público. Leão (2003) afirma que, nos primórdios do século XX, a grande totalidade da produção literária voltada para crianças era de obras traduzidas do estrangeiro que, por razões óbvias, traziam um vocabulário aquém dos pequenos leitores. Por esse motivo, alguns editores e outros livreiros lançaram-se num processo de nacionalização do livro infantil e, para isso,

Recorreram a escritores que os adaptassem na escrita, a artistas que caprichassem nas ilustrações e, eles mesmos, inventaram estilos de edição nacional. Os contos de fadas, os teatros e as recolhas de canções e brincadeiras, muito mais interessados em divertir que instruir, formaram o novo *corpus*. Pedro da Silva Quaresma e Francisco Alves de Oliveira, que tinham suas casas situadas na capital da República, foram os pioneiros no novo mercado. (LEÃO, 2003, p. 2).

Nessa época, havia poucas editoras genuinamente brasileiras. A primeira foi a "Monteiro Lobato e Cia", de 1918. Antes de Lobato, todos os livros eram impressos em Portugal. Segundo Nelson Palma Travassos, “D. João VI criou a Imprensa Nacional. Monteiro Lobato criou o livro no Brasil. O mais foi Idade Média.”¹⁵

Como se vê, paulatinamente, todo um circuito do livro passa a ser estruturado: escritores, editores, livrarias, ilustradores, divulgadores etc. Dentro desse circuito, estava o livro infanto-juvenil.

15 PAIXÃO, F. (ed.). (1996). Momentos do livro no Brasil. São Paulo: Ática, p. 47.

Nesse sistema de circulação, insere-se a prática de divulgação dos livros que, em virtude do crescimento do mercado instaurado nas primeiras décadas do século XX, recebeu investimentos e tratou de alcançar o leitor das mais diversas maneiras: do simples boca a boca aos mais sofisticados catálogos de editoras.

1.2 Os catálogos na história

Por ser uma peça publicitária de divulgação de produtos, os catálogos têm sua circulação diretamente ligada à lei da oferta e da demanda de livros. A produção de livros infanto-juvenis no país foi tímida até o início do século XX, quando começou a aumentar, consideravelmente, após a entrada de Monteiro Lobato no ramo¹⁶. O aumento da oferta e, conseqüentemente, da procura desencadeou o crescimento do mercado e de todo seu entorno, que inclui o braço da divulgação que, por sua vez, abarca os catálogos e outras peças publicitárias.

Ao contrário do que acontecia até então, quando só os autores consagrados gozavam de espaço, Lobato se tornou editor de autores desconhecidos. E novas medidas prosseguiram. Para ampliar as vendas e cultivar o público leitor, investiu pesado na publicidade dos livros com anúncios em jornais, embelezou as capas com ilustração para maior atratividade, melhorou a aparência interna das páginas e não descuidou do pagamento de direitos autorais compensadores. (SILVA, 2006, p. 16).

O catálogo já circulava no Brasil desde o nascimento de nosso mercado editorial, por volta do século XIX, no formato de mera “lista, volume ou fichário onde estão metodicamente descritos os livros e outros documentos de uma biblioteca”¹⁷. Nesses moldes, era utilizado por todas as livrarias e editoras que queriam *catalogar* seu acervo e divulgá-lo. Hallewell (2005) cita, em vários momentos da obra *O Livro no Brasil*, expressões como “catálogo da livraria” ou “catálogo da editora”, o que corrobora a existência dessa prática.

16 Em 1917 “um cafeicultor paulista chamado José Bento Monteiro Lobato deu os primeiros passos para o renascimento da atividade editorial brasileira e que iriam revolucionar as perspectivas do autor brasileiro.” (HALLEWELL, 2005, p.312)

17 FERREIRA, Aurélio B. de Hollanda. Novo dicionário da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975

Em 1868, já havia o “Novissimo catalogo de escolhidos livros em portuguez”¹⁸, que pertencia à Livraria Universal dos irmãos Eduardo e Henrique Laemmert. Eram publicados, em sua grande maioria, pelas próprias livrarias (*Laemmert, Francisco Alves, Garnier e Garreaux*¹⁹) e utilizados como objeto de divulgação de obras, mas, até então, não passavam, como já dito, de uma mera lista alfabética de livros que continham títulos de várias editoras, ou seja, eram bem diferentes do objeto “cada vez mais requintado”²⁰ que hoje conhecemos.

Há relatos de que os catálogos das bibliotecas diferenciavam-se daqueles produzidos pelas livrarias. Isso nos interessa diretamente, dado que estes últimos traziam consigo um caráter eminentemente comercial, conforme sustenta Augusti (1998):

Alguns dos anúncios de livros, nos catálogos de livrarias, não trazem, por exemplo, o registro da autoria. Essa ausência da autoria sugere que esse tipo de literatura talvez interessasse, sobretudo, pelo assunto do qual tratava, ou seja, a proposta contida no próprio título da obra, ou mesmo esclarecida pelo editor por meio de uma explicação sobre seu conteúdo, era suficiente para fazê-la atraente. Muito embora essa hipótese seja viável, devemos considerar que no caso dos catálogos de bibliotecas o registro das obras obedeceu, como vimos anteriormente, a sistemas classificatórios. Desse modo, o tipo de informação e a forma como esta se apresentou nos catálogos obedeceu a regras muito definidas. No caso das livrarias, o que está em questão é a comercialização, ficando a critério do livreiro a escolha pela descrição mais detalhada sobre o conteúdo e materialidade de algumas obras ou pela displicência com relação às informações fornecidas. (p.13)

Em seus primórdios, os catálogos tinham uma circulação bastante restrita; afinal, para os livreiros, investir nesse novo mercado, ainda que em crescimento, era arriscado. Por isso, o impresso parecia ser de todos os meios de propaganda e venda de livros, o menos utilizado: “Evidentemente, como acontece com tantos livros, as vendas decorriam principalmente da velhíssima, conhecida e invisível propaganda boca a boca entre os leitores” (HALLEWELL, 2005, p.316).

Desse modo, a prática de divulgação dos livros em geral e dos que nos interessam em maior grau, de Literatura infanto-juvenil, era realizada de diversas maneiras:

18 Ver no catálogo do portal da Biblioteca Nacional em <http://www.bn.br/portal/> - Acervo de periódicos.

19 Mais informações sobre as livrarias brasileiras são encontradas em “O livro no Brasil”, de Laurence Hallewell, 2005.

20 CECCANTINI, João Luis C. T.(org) Leitura e literatura infanto-juvenil: memória de gramado. São Paulo: Cultura Acadêmica; Assis SP: ANEP, 2004.

- 1- em semanários infantis - A esse respeito, vale mencionar que a publicação infantil mais popular em meados do século XX, a revista *O Tico-Tico*, “cumpria o importante papel comercial de veículo difusor dos catálogos e anúncios da Quaresma e da Francisco Alves”²¹;
- 2- em pequenos catálogos existentes ao final dos livros infantis, conforme nos conta Graciliano Ramos, em forma de depoimento, em seu livro *Infância*: “Apareceu uma dificuldade insolúvel durante meses. Como adquirir livros? No fim da história do lenhador, dos fugitivos e dos lobos havia um pequeno catálogo.” (p. 211);
- 3- em livros didáticos, em espaços destinados à propaganda de outros títulos²²;
- 4- em suplementos infanto-juvenis - Nesse ponto, é ilustrativa a seção infantil do jornal *Estado de Minas*, intitulada *Gurilândia*, que “exaltava os valores da literatura, apresentava uma grande quantidade de textos (literários e informativos) e ainda veiculava o anúncio de livros e coleções literárias”²³. Também vale mencionar *O Diário do Pequeno Polegar*: “composto, basicamente, de muita literatura infantil, dicas e algumas notícias – como de lançamentos de livros infantis, peças de teatro e filmes para crianças”²⁴;
- 5- em revistas especializadas em literatura como *Leia Livros*²⁵, *Leitura*²⁶ e a *Revista do Livro da Biblioteca Nacional*²⁷.

21 LEÃO, 2003. p.13

22 “Nos próprios livros didáticos que traziam um pequeno catálogo na quarta-capa” (RAZZINI, 2004, p. 12).

23 DOS SANTOS, 2008, p. 91

24 D’ARMADA, 1997, p. 28

25 A revista *Leia Livros* começa a circular em 1977, em São Paulo, por iniciativa do editor Caio Graco Prado, da Editora Brasiliense, e deixa de circular em 1990.

26 *Leitura* : a revista dos melhores escritores, criada em dezembro de 1942, no Rio de Janeiro.

27 Essa revista, produzida pela Biblioteca Nacional, foi criada em 1956.



Figura 1 - Anúncios de livros no *Gurilândia*
(Fonte: DOS SANTOS, 2008)

Todas essas alternativas de busca pelo leitor/consumidor mostram que, independente da forma, o importante era encontrá-lo: “Desde a tradicional venda de porta em porta até a procura de novos pontos comerciais, como bancas de jornais e supermercados, a prática de sair à rua em busca do leitor tem história.” (PAIXÃO, 1996, p.164).

Os catálogos editoriais com objetivos mercadológicos semelhantes aos dos atuais (separados por faixa etária, atraentes e dedicados exclusivamente a um público específico) pareciam buscar seu espaço. Um primeiro vestígio de sua existência foi apontado por Gabriela Pellegrino Soares. Ao mencionar as diferentes descrições existentes sobre a obra *A menina do nariz arrebitado*, a autora nos informa que, tanto em 1922 como em 1925, a Editora Monteiro Lobato e Cia já possuía um catálogo. E acrescenta: “o catálogo da mesma editora de 1922 descrevia Narizinho arrebitado como uma obra fora dos modos habituais” e “o catálogo de 1925 mencionava duas edições distintas dessa obra.” (p. 150). Dois dados aqui nos interessam: o termo ***já possuía***,

utilizado pela pesquisadora, nos permite inferir que o impresso era novidade no mercado e traz a confirmação da existência de um catálogo com a presença de obras infantis.

As décadas que se seguiram trouxeram consigo a crescente consolidação do mercado editorial brasileiro. Questões políticas e econômicas, como a II Guerra Mundial, influenciaram diretamente esse processo. Durante o conflito, a busca por obras cresceu e pressionou o incremento do mercado, influenciando o hábito de leitura que se expandiu consideravelmente. Fruto disso, nesse período surgiram as editoras mais importantes da história do livro no país e, além do mais, vivenciou-se a época do fenômeno das livrarias: “Como era hábito, elas implantavam seus próprios locais de venda, uma espécie de ponto de referência, para a divulgação e a avaliação de suas edições.” (MACHADO, 2003, p.44).

O mercado em ascensão influenciava, também, o aparecimento de profissionais especialistas no ramo como ilustradores de livros, de revistas, de caixas de brinquedos infantis e, certamente, de catálogos cuja circulação no período em questão pôde ser constatada por meio da pesquisa *Embalagens de brinquedos no Brasil: 1940 a 1980*²⁸, na qual a autora utilizou-se de “grande parte das embalagens, provas de prelo e catálogos de brinquedos” para realizar sua investigação.

Vale ressaltar que se vivia um momento em que o aumento da taxa de câmbio desfavorecia a importação de produtos. Isso fez com que, pela primeira vez, o livro produzido aqui custasse menos que o do exterior. Nesse contexto, São Paulo tornava-se o maior centro industrial da América Latina e um dos maiores parques gráficos do Ocidente. Concentrava-se no Rio de Janeiro a produção editorial, mas as impressões eram feitas na capital paulista. Paixão (1996) nos informa que o número de editoras cresceu cerca de 50% entre 1936 e 1944. Apesar dos números, havia grande censura

28 FAYAD, Cláudia Maria Audino. *Embalagens de Brinquedos no Brasil: 1940 a 1980*. 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2010.

por parte do governo, exercida através do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP).

Também merece nota que foi nesse período, em 1937, por meio do Decreto-lei nº 93, de 21 de dezembro, que se criou o Instituto Nacional do Livro (INL) por iniciativa do Ministro da Educação, Gustavo Capanema.

A origem do INL resultou da incorporação das funções do Instituto Cairu, criado no mesmo ano para produzir a Enciclopédia Brasileira, e o Plano Nacional de Educação (PNE). O Plano foi um documento [...] que consolidava os intensos debates, que ocorreram nos anos 20 e 30, sobre o sistema educacional brasileiro. Debates objetivando ampliar o acesso da população à educação, definir as responsabilidades da União, estados e municípios em assuntos educacionais, propor currículos e métodos de ensino, enfim, dotar o país de uma política nacional de educação, até então inexistente (SILVA, 1992, p.20).

Algumas das funções desse instituto seriam a edição de obras literárias para a formação cultural da população, a elaboração de uma enciclopédia e um dicionário nacionais, além do aumento progressivo do número de bibliotecas públicas. É interessante ressaltar que, até o ano de 1945, somente o número de bibliotecas públicas cresceu, não tendo vingado a enciclopédia e o dicionário brasileiros. Em 1973, o Instituto é reestruturado passando de “editor” para “promotor de publicações”.

Na análise de Miceli, tais competências do instituto [...] *permitiram ao Estado Novo controlar todo o ciclo de produção cultural impressa, desde a elaboração, passando pela editoração e comercialização, até sua divulgação.* (MICELI, 1979, p.159).

A queda de Getúlio Vargas, em 1945, coincide com um período de dificuldades no mercado editorial brasileiro, mas também de estabilização do número médio de exemplares produzidos por ano: 20 milhões. Nossa sociedade vinha, desde a década de 30, se modernizando. As cidades começaram a se tornar metrópoles. A influência norte-americana trazia para nossas terras diversas multinacionais. Nesse contexto, é emblemático o lançamento do plano de governo de Juscelino Kubitschek (1956-1961): cinquenta anos em cinco.

A administração de JK, embora seja acusada de ter contribuído vigorosamente para o aumento do endividamento externo do Brasil, garantiu nosso desenvolvimento naqueles

tempos de pós-guerra. O crescimento da indústria editorial foi beneficiado graças às licenças de importação. Decisões importantes para o sucesso do setor gráfico aconteceram: em 1959, findou-se a taxa de câmbio especial para sua importação, tornando vantajosas as edições brasileiras; também se isentou o livro de impostos e subsidiou-se a indústria nacional de papel.

Esse ritmo se seguiu até os dias atuais. Com todo esse contexto favorável à produção de livros, é certo que nenhuma editora deixou para trás o investimento na divulgação de suas obras e, evidentemente, na elaboração de seus catálogos que, pela lógica mercantil, acompanhou toda essa expansão mercantil.

Foi a partir da década de 1980 que o crescimento editorial do segmento infanto-juvenil ganhou destaque. O fim do período antidemocrático ajudou, dentre muitos aspectos, na retomada da produção literária. No centro de tudo isso estava o maior beneficiário: o pequeno leitor que se multiplicava Brasil afora. O mercado editorial voltou a crescer a passos largos. As editoras, objetivando se aproveitar do cenário favorável, trataram de investir em seus negócios, o que incluía o aprimoramento da publicidade via catálogos de divulgação.

Após o período ditatorial, algumas políticas foram empreendidas para a área cultural, com as chamadas leis de incentivo: Lei nº 7.505 de 20 de junho de 1986, Lei Sarney, (criada pelo presidente José Sarney e substituída, em 1991, pela Lei Rouanet. Essa última, bastante abrangente nas suas disposições, cita especificamente projetos na área editorial no Capítulo III, quando se refere ao uso do Fundo de Investimento Cultural e Artístico. No item III, trata da “edição comercial de obras relativas às ciências, às letras e às artes, bem como de obras de referência e outras de cunho cultural” e, no Capítulo IV, sobre incentivo a projetos culturais, cita, no parágrafo terceiro, os segmentos a serem beneficiados: no item b, constam “livros de valor artístico, literário ou humanístico” (BRASIL, 1991).

Grande número de autores, incentivados e incentivando o crescimento da literatura destinada às crianças, passou a se dedicar à escrita infantil. Tal fato sinaliza, irrefutavelmente, que a literatura infantil passou a ser encarada, em especial na segunda metade do século XX, como uma importante fatia do mercado editorial brasileiro. Nesse sentido, também deve ser destacado o papel do Estado, que passou a investir cada vez mais na educação básica e ampliar as políticas públicas de incentivo à leitura.

À medida que aumentava o número de escolas, crescia o número de alunos e, conseqüentemente, a demanda por leitura, por livros. A escola se confirmava, então, como o grande filão do mercado editorial, já que nela se encontrava a maioria dos potenciais consumidores de literatura: as crianças e os jovens. O governo passou a comprar cada vez mais livros literários e didáticos e, desse modo, passou a ser o maior ‘cliente’ das editoras. Elas passaram a ficar com um olho na escola e outro nos editais das compras governamentais. A engrenagem do mercado editorial estava ligada e funcionando a todo vapor.

Os catálogos, acompanhando todo esse processo, refletiam essa evolução do mercado e aproximavam-se cada vez mais das escolas, das bibliotecas e dos professores. Sabe-se que o diálogo entre editores e escola já acontecia há algum tempo, como se pode observar no estudo sobre a Companhia Editora Nacional, realizado por Dutra (2004). Na pesquisa, a autora nos informa que, já em 1936, essa editora reservava “um espaço importante para ensinar aos professores e diretores dos estabelecimentos escolares – o público alvo do catálogo – como escolher o melhor livro didático”²⁹.

Assim, com investimentos surgindo de todos os lados, a clientela cresce, mais crianças leem e ficam ávidas por novidades. A exigência por qualidade, conseqüentemente, aumenta e, hoje, podemos ver, nas obras e nos catálogos destinados às crianças e jovens, cada vez mais bonitos e atraentes, a repercussão desses investimentos.

29 DUTRA, E. de F. Companhia Editora Nacional: tradição editorial e cultura nacional no Brasil dos anos 30. Disponível no site do I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial, ocorrido de 8 a 11 de novembro de 2004 na Casa de Rui Barbosa no Rio de Janeiro.

1.3 Alguns catálogos pelo mundo

Tendo em vista o poder de alcance e com o investimento realizado pelas editoras brasileiras nesse impresso, tornou-se importante examinar, de modo breve, os catálogos e *web* catálogos de editoras estrangeiras - francesas e inglesas. Como era de se esperar, em virtude da globalização, pouca diferença foi percebida. Chama atenção, em um primeiro momento, a tendência da segmentação da Literatura por idade, como se pode ver a seguir (em destaque).

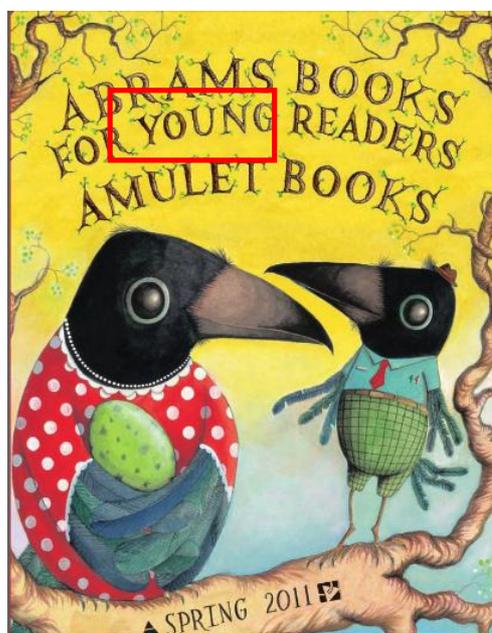


Figura 2 - Catálogo impresso para jovens da inglesa Abrams Books



Figura 3 – Catálogos estrangeiros

Web catálogo da inglesa Simon & Schuster, das francesas Gallimard Jeunesse e Nathan (respectivamente)

O miolo dos catálogos estrangeiros também não se diferencia muito do que se encontra por aqui. No exemplar inglês, podemos ver a indicação por idade, a capa do livro, a presença da resenha e as informações técnicas. De diferente, observa-se a presença

do preço e da indicação de características peculiares de cada obra. Nesse caso específico, destacou-se a personagem, as ilustrações e a mensagem a ser passada. Percebe-se que faz parte da política dessa editora inglesa a reprodução nas páginas de seu catálogo de partes inteiras de um livro, como é possível observar nas Figuras 4 e 5.

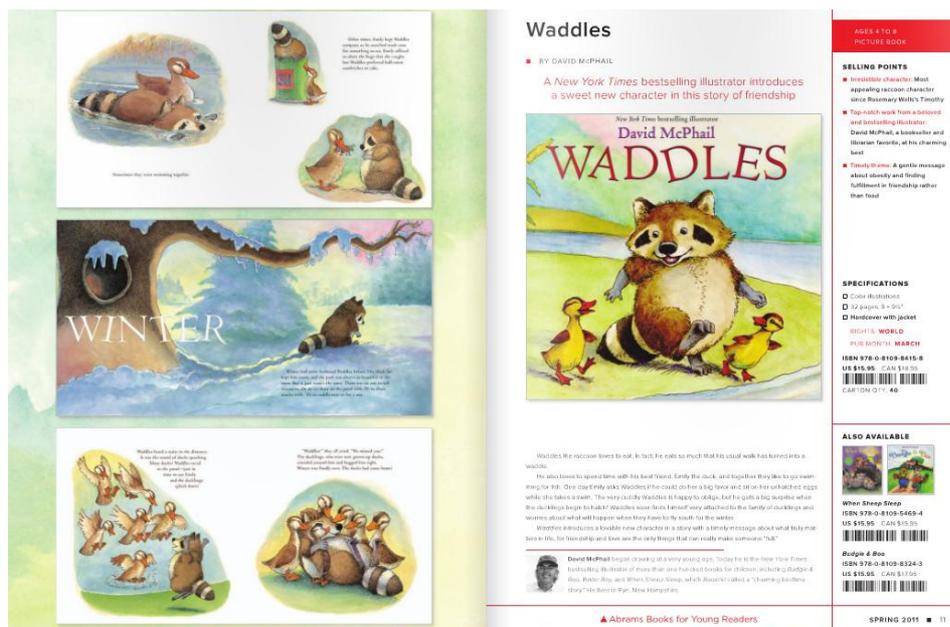


Figura 4 – Página interna de um catálogo estrangeiro

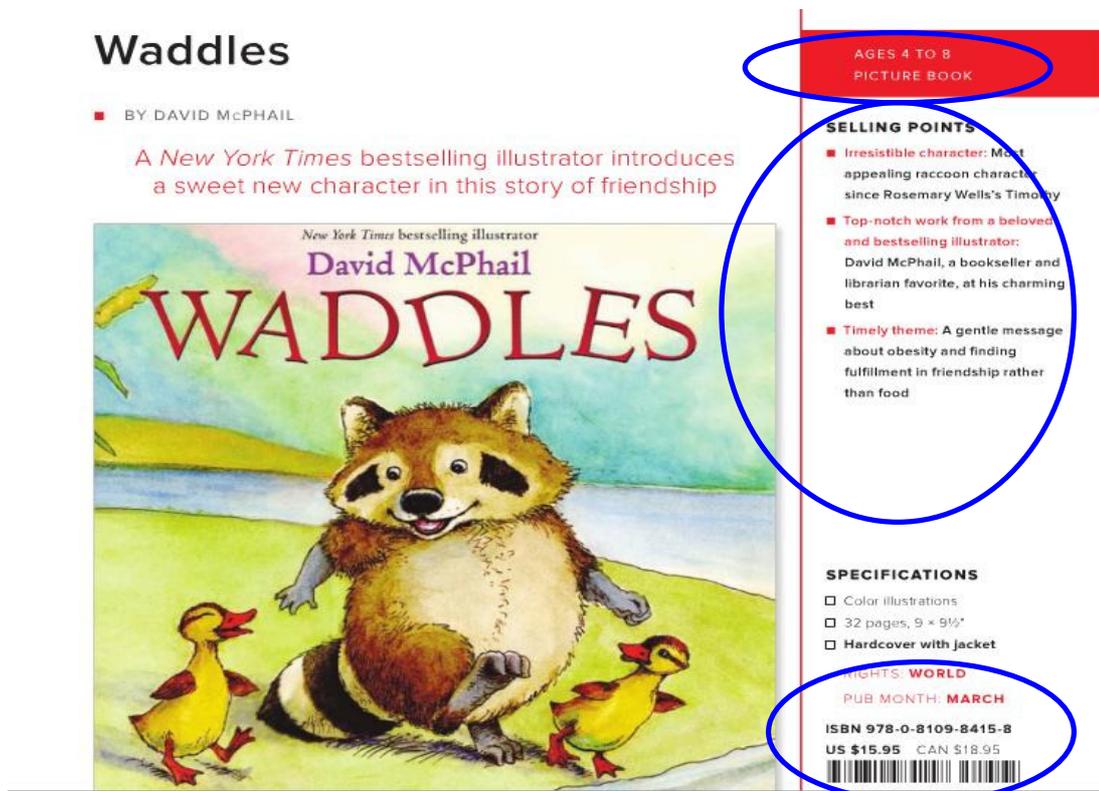


Figura 5 – Detalhamento da página interna de um catálogo estrangeiro

O contato com os catálogos de literatura infantil de outros países, embora superficial, tendo em vista que não são o objeto primordial desta pesquisa, mostrou-se bastante significativo. A possibilidade de um olhar mais abrangente da presença desse impresso pelo mundo permitiu visualizar o modo efetivo como a globalização dos mercados atinge não só a Literatura, mas também atua no sentido de uma padronização na forma e nos métodos de sua divulgação.

1.4 - O catálogo de literatura enquanto objeto de pesquisas acadêmicas

Para embasar o objeto de pesquisa escolhido, foi possível, por meio de um levantamento, verificar o que já existia sobre o tema. Descobriu-se que, apesar de sua antiga circulação na sociedade, o catálogo de literatura, enquanto objeto de pesquisas acadêmicas, ainda é pouco explorado. Ele até aparece em diversos estudos sobre o campo editorial, porém, na maioria das vezes, de maneira secundária e coadjuvante.

Apenas uma pesquisadora, Goulart (2000), tomou-o como ator principal em sua dissertação de mestrado, intitulada *O prazer como imperativo, a literatura como meio, os corpos dóceis como fim: o micropoder dos catálogos de livros infantis*. O impresso aparece também em outros estudos, porém com fôlego menor de pesquisa, tais como trabalhos de conclusão de curso, artigos e trabalhos apresentados em congressos.

A Tabela 1 apresenta, de forma sucinta, o levantamento realizado com o objetivo de identificar os estudos já realizados e, desse modo, subsidiar e nortear os caminhos a serem seguidos nesta pesquisa.

Título da pesquisa	Finalidade/ Instituição-Faculdade	Proposta da pesquisa	Área do Conhecimento/Linha de pesquisa	Autor, data
O prazer como imperativo, a literatura como meio, os corpos doces como fim: o micropoder dos catálogos de livros infantis	Mestrado Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) Faculdade de Educação	Analisar a representação da criança feita pelos catálogos de livros de literatura infantil. Objetivo: problematizar concepções de infância, contrapondo ao conceito moderno uma visão não uniformizadora e homogênea da criança. Mostra que os discursos produzidos nos catálogos não apenas refletem uma determinada teoria do desenvolvimento, mas efetivamente geram saberes ao representar.	Educação / Cultura e Análise de Discurso	Goulart (2000)
Divulgação da literatura destinada a crianças e adolescentes: a prática das editoras mineiras	Mestrado Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) Escola de Ciência da Informação	Analisar a atuação das editoras produtoras da literatura infantil e juvenil, sediadas em Belo Horizonte, nas suas atividades de divulgação. Foram utilizadas entrevistas e análise de catálogos para a complementação dos dados. Objetivo: traçar o caminho entre a produção e a recepção pelo público-alvo, aqui identificado como crianças e adolescentes.	Biblioteconomia / Cultura e Sociedade	Santos (2001)
Imagens de leitura e leitor nos catálogos de literatura infantil	Trabalho de conclusão de Curso Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) Educação	Analisar dois catálogos de livros infantis das editoras Companhia das Letrinhas e Ática, datados de 2001. Objetivo: interrograr sobre o que os catálogos trazem inscritos a respeito de leitor, literatura infantil e leitura. As editoras foram selecionadas pela sua ampla aceitação no mercado em nível estadual e por apresentarem diferenças significativas entre si.	Educação/ Educação e Linguagem	Oliveira (2003)
Catálogo de livros juvenis: formações imaginárias de editora em relação a si, ao professor, à leitura e à literatura juvenil	Artigo publicado em periódico Universidade Estadual de Maringá (UEM) Programa de Pós-graduação em Letras	Analisar a mensagem introdutória do catálogo de 2003 da Editora Scipione. Objetivo: explicitar como se constitui a visão dessa editora em relação a si e ao professor, além de problematizar a leitura e a literatura destinada ao público jovem. O corpus analisado é a mensagem introdutória do catálogo de literatura juvenil de 2003 destinada aos docentes.	Linguagem / Análise de Discurso	Teixeira e Silva (2004)
Catálogos de Literatura infantil: o que eles dizem sobre leitor, leitura, escola e mercado?	Trabalho apresentado no I Congresso de História da Leitura e do Livro no Brasil Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) Letras	Analisar dezenove catálogos de diferentes editoras que abrangem livros de literatura infantil. Objetivo: realizar um levantamento quantitativo, revelador de determinadas concepções dominantes entre as editoras, e, sobretudo, pesquisar as representações a que eles remetem.	Literatura/Linguagem	Silveira (1999)

Tabela 1 - Dados sobre pesquisas acadêmicas que submeteram à análise catálogos editoriais de literatura infanto-juvenil.

Como é possível observar na Tabela 1, não há muitos trabalhos que tomam o catálogo como objeto central de pesquisa. Do levantamento feito, temos, ao todo, cinco trabalhos. As buscas foram realizadas nas plataformas da Capes, no *Google Escholar* e nas bibliotecas virtuais de teses e dissertações dos cursos de pós-graduação em Educação, Letras, Comunicação e Economia de importantes universidades brasileiras: Universidade de São Paulo (USP), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

Esse pequeno número de pesquisas que tomam o catálogo como objeto de análise, somado ao fato de que, nos trabalhos já desenvolvidos, aspectos importantes ainda não foram problematizados, resultou em mais um motivador para o desenvolvimento do estudo em questão.

A dissertação “O prazer como imperativo, a literatura como meio, os corpos dóceis como fim: o micropoder dos catálogos de livros infantis”, realizada por Goulart (2000), foi o trabalho que mais se debruçou sobre o catálogo. A autora se propôs, alicerçada na Análise do Discurso, discutir o tema da representação da criança feita pelo impresso e problematizar as concepções de infância, utilizando-se, para tanto, a teoria foucaultiana, porém, uma vez que não era seu objetivo, não contemplou aspectos relacionados à maneira como o leitor e a literatura estavam sendo imaginadas pelas empresas.

Em “Divulgação da literatura destinada a crianças e adolescentes: a prática das editoras mineiras”, Santos (2001) buscou olhar, de forma mais panorâmica, para as estratégias de publicidade das editoras como um todo, sem mirar, de modo exclusivo, os catálogos de divulgação. Assim, a pesquisadora não pretendeu focar nos catálogos como objetos de identidades das editoras e reveladores das práticas de leitura de uma sociedade.

Já em “Imagens de leitura e leitor nos catálogos de literatura infantil”, a intenção de Oliveira (2003) foi “interrogar como o leitor era imaginado pelos editores dos catálogos em relação aos seus modos de ler, suas expectativas, seus interesses, competências e habilidades de leitura” (p.39), porém, a análise foi de natureza científica inicial; portanto, um trabalho, embora instigante e de qualidade, sem tanto rigor teórico e metodológico inerente a uma dissertação.

Por sua vez, o trabalho “Catálogo de livros juvenis: formações imaginárias de editora em relação a si, ao professor, à leitura e à literatura juvenil”, de autoria de Teixeira e Silva (2004), apesar de tomar exclusivamente os catálogos como fonte da pesquisa, dedicou-se a investigar somente um paratexto desse documento: as mensagens destinadas aos docentes. Também nesse caso, e dada a natureza própria de um artigo acadêmico, o objeto da pesquisa não abarcou a totalidade do impresso.

Por fim, em “Catálogos de Literatura infantil: o que eles dizem sobre leitor, leitura, escola e mercado?”, Silveira (1999) apresentou uma análise panorâmica sobre o documento, uma vez que selecionou 19 catálogos para investigação. Contudo, embora tenha observado aspectos de extrema importância do impresso, que ajudaram a nortear o presente estudo, a autora não pretendeu ser exaustiva no exame.

Além dos estudos citados, convém mencionar duas publicações estrangeiras que, por sua natureza, nos interessam em particular: “Catalog design: the art of creating desire” e “The best in catalogue design”. Ambas trazem a história do *design* dos catálogos gerais – de roupas, de acessórios etc. Na primeira, há uma interessante consideração retirada de um antigo catálogo que nos ajuda a compreender a importância desse objeto mercadológico³⁰:

The year is 1899. You are thirteen years old and you live on a farm out West. It doesn't matter where all you know is that it feels like the end of the earth. You

30 O ano é 1899. Você tem treze anos de idade e vive em uma fazenda no Oeste. Não importa onde, o que importa é que parece o fim do mundo. Você se senta à mesa após o jantar tarde da noite, olhando para um livro maravilhoso. É impresso em cores, por Deus, e dentro há coisas de todo o mundo. [...] Um dia, você pensa, eu vou usar o meu cabelo para cima e ter um casaco como aquele. E nesse momento, você não se sente sozinho. Você sabe que há um imenso mundo lá fora e que, agora, você pode se tornar parte dele. (Tudo isso de um catálogo). (Tradução livre).

sit at the table after dinner late one night, staring at wondrous book. It's printed in color, for heaven's sake, and inside there are things from all over the world. [...] Someday, you think, I'll wear my hair up and have a coat like that. And in that one moment, you no longer feel alone. You know there is a world out there and, what's more, that you can become part f it. (All this from a catalog)

O trecho acima foi retirado do prefácio de um dos livros acima citados. Nele, podemos perceber a importância que o catálogo tinha e tem na divulgação de ideias e de práticas sociais em locais ermos e distantes da grande civilização. O catálogo, seja ele de roupas, livros ou acessórios, apresenta o mundo condensado em poucas páginas.

Além desses trabalhos, há diversas outras pesquisas que tratam do mercado editorial, realizadas por administradores, economistas ou comunicadores e que abordam os dados e as cifras desse lucrativo mercado. Torna-se claro, portanto, que ainda são escassos os estudos sobre essa temática provenientes das faculdades de educação e marcados pela perspectiva educacional.

Visto isso, é preciso contribuir, na tentativa de preenchimento das lacunas apontadas, aumentando o número de exemplares analisados, de aspectos a serem investigados e aprofundando a análise dos impressos. Assim, tornou-se objetivo deste trabalho: problematizar a escola, a Literatura e o mercado através desse documento.

CAPÍTULO 2 – OS CATÁLOGOS E SUAS EDITORAS

Após conhecer um pouco do lugar desses impressos na história do mercado editorial brasileiro, este capítulo pretende apresentar os perfis das editoras dos catálogos selecionados, inserindo-as em seu contexto de circulação. Mostrará também, a leitura realizada em oito documentos, partindo de categorias de análise criadas e agrupadas de forma a facilitar o estabelecimento de dimensões de estudo dos objetivos propostos, com apoio nos estudos da Análise de Discurso de linha francesa (doravante AD) que “permite-nos uma relação menos ingênua com a linguagem”. (ORLANDI, 2001, p. 9).

2.1 - Apresentação das editoras selecionadas

O catálogo, assim como outros impressos, é portador de diversos textos, sejam eles visuais ou escritos, porém carrega consigo um diferencial: todos os textos são de um único ‘autor’, o editor, ao contrário, por exemplo, de outros impressos, como a revista, que carrega diferentes textos de diferentes autores.

A importância dessa peculiaridade para nosso estudo é saber que “não se analisa o texto de forma isolada do veículo, já que se considera a influência do portador para a produção de sentidos, para a proposição de certas relações entre os textos que o compõem e para forjar seu manuseio.” (CHARNIZON, 2008, p.33). Assim, conhecer o ‘autor’ dos catálogos analisados é uma importante etapa da pesquisa.

O perfil, a caracterização, o conhecimento do processo de formação, o tempo de mercado editorial e outras informações das editoras são dados fundamentais que permitem vislumbrar suas histórias e intenções e, assim, percebê-las, principalmente, no que tange às suas relações com a produção literária brasileira.

Pelo fato dos sentidos não estarem somente nas palavras, “nos textos, mas também na relação com a exterioridade, nas condições em que eles são produzidos e que não dependem só das intenções dos sujeitos”³¹, torna-se fundamental situar essas editoras sócio-historicamente, visto que “a linguagem é linguagem porque faz sentido” e ela “só faz sentido porque se inscreve na história.” (Idem, 2002, p.25)

As editoras selecionadas para esta pesquisa são empresas que têm em média vinte anos de mercado. A mais antiga é a editora *Lê* e as mais jovens são as editoras *Biruta* e *Brinque-Book*. Esses dados, como tempo e atuação no mercado, foram colhidos mediante contato direto por meio de mensagens eletrônicas junto aos setores de marketing de cada empresa e por meio dos dados já disponibilizados em seus sites.

Além dos principais dados das editoras, conhecer mais a respeito de suas *marcas* é de fundamental importância. Culturalmente, a *marca* de uma empresa é muito mais que um nome: “É afirmar um lugar em um espaço de relações e marcar diferenças e distâncias comparativamente a outras marcas. É a síntese de um modo específico de classificar livros, autores e leitores, tendo como parâmetro outros modos.” (SORÁ, 1997, p. 151). Assim, entender cada uma delas dentro de um contexto nos permite alcançar uma análise mais imparcial e abrangente.

Todas as editoras aqui apresentadas possuem, no mínimo, um site ou portal com informações sobre suas obras. Muitas também estão presentes nas redes sociais como *Orkut*, *Facebook* e *Twitter*, demonstrando o interesse em participar dessa enorme rede de leitores que cresce a cada ano no país. Nesses sites e portais, além dos dados disponibilizados, pode-se ter acesso aos catálogos que são desenvolvidos exclusivamente para a plataforma da internet ou, como na maioria das vezes, são apenas escaneados e disponibilizados virtualmente.

Das oito editoras investigadas, é consenso a preocupação em disponibilizar um texto de apresentação para o leitor. De modo geral, os textos introdutórios contêm as seguintes

31 (ORLANDI, 2002, p. 30)

informações: tempo de mercado, prêmios recebidos, dedicação pela promoção da Literatura infanto-juvenil de qualidade, protagonismo em alguma área específica da Literatura, relação com a escola e quantidade de livros publicados. Isso ilustra a preocupação que todas essas empresas têm de legitimarem sua produção logo no primeiro contato com seus leitores, mesmo sem, ainda, apresentar algum livro, apenas baseadas em dados passados. Nos textos desse ambiente virtual, são recorrentes os usos das seguintes palavras: formação, lúdico, diversão, conhecimento e escola.

Durante a leitura das apresentações, algumas expressões nos chamaram a atenção. Ao abordarmos tais textos, faremos grifos que destacarão esses termos presentes na apresentação de cada editora que, por sua relevância, também foram analisadas.

No portal da editora *Berlendis*, está presente o texto a seguir.

*“A Berlendis & Vertecchia **lançou-se no mercado em 1979**. Sua fundadora, a ítalo-brasileira Donatella Berlendis, tinha um claro objetivo em mente: **oferecer ao público infanto-juvenil livros que de fato fossem dignos de apreciação, não apenas com textos e ilustrações primorosas, como também bem-acabados**. Naquele ano lançou “Chapeuzinho Amarelo”, de Chico Buarque, com projeto gráfico da própria Donatella Berlendis. O livro rapidamente tornou-se um novo paradigma de produção editorial para essa faixa de público, **tendo recebido da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil a chancela de “Livro Altamente Recomendável”**. Nesse mesmo segmento, a editora iniciou em 1980 um **trabalho inédito**: reunir num só volume dois tipos de leitura, a pictórica e a literária. Nascia assim a coleção Arte para Criança, que se constitui da seguinte maneira: a editora escolhe um pintor e convida um escritor para que crie seu texto a partir da obra do artista plástico. As imagens deixam de ser meras ilustrações para dar lugar a um rico diálogo. Ao longo de mais de vinte anos, as obras têm despertado o interesse de adultos e crianças e já sensibilizou toda uma geração para o universo da arte. Aliado às obras, foi criado o Projeto Arte para Criança, **levado às escolas** para uma maior aproximação entre o jovem leitor e o mundo das artes plásticas. O Projeto foi considerado pela UNESCO de grande importância cultural e, por ser inédito, recebeu apoio financeiro para sua implantação. Em 1999, passados 19 anos desde o lançamento de “Era Uma Vez Três”, de Alfredo Volpi e Ana Maria Machado, a editora iniciou a coleção Arte para Jovens, com Luiz Paulo Baravelli e Machado de Assis. Já contando com a colaboração de Bruno Berlendis, filho de Donatella, a editora passou a publicar livros para outras faixas de público, entre os quais o Pequeno Guia Berlendis de História da Arte e Galleria Borghese. Em 2001, a Editora dá **outro importante passo** ao iniciar a coleção Letras Italianas, que reúne o melhor da narrativa italiana do século XX. Em dezembro de 2002, nossa fundadora, Donatella Berlendis, faleceu precocemente, aos 64 anos*

de idade. Seus filhos deram continuidade a seu trabalho. Hoje, contamos com mais **de 75 títulos em nosso catálogo.**³²

Na apresentação da editora *Biruta*, vemos um formato parecido com a da apresentação anterior.

“A editora *Biruta* **foi criada no ano de 2000** por duas profissionais com grande **experiência nas áreas de educação** e sociologia. Eny Maia e Mônica Maluf reúnem a experiência profissional à paixão pela leitura que consideram como Arrigucchi: ... ‘um espaço de liberdade e imaginação, um lugar de felicidade’. Na posição de editoras, **o compromisso é oferecer aos leitores o melhor texto**, as mais criativas ilustrações, e projetos gráficos instigantes. O livro será então um objeto pelo qual se pode dialogar com o mundo a partir das pequenas e grandes experiências de cada um.

Projeto Editorial

A editora *Biruta* tem sua linha de publicações direcionada para três áreas: Literatura infantil, Literatura Juvenil e Ciências Humanas.

Por que Biruta?

Biruta é um instrumento antigo que indica a direção do vento. Instrumento simples, mas extremamente eficaz e preciso. Tão eficaz que não foi abandonado sequer nos espaços em que se emprega a tecnologia mais avançada. Mesmo considerando todo o avanço tecnológico, este instrumento nunca deixou de ser utilizado. Qualquer aeroporto e heliporto, em todo o mundo, conta com uma biruta.

Nossa perspectiva é ainda o **livro como meio mais eficaz para garantir e difundir conhecimento.** Todos os modernos meios eletrônicos somam, agregam e acrescentam, mas não substituem o livro. Comparação que pode ser feita com o objeto “biruta”.

Literatura Infantil e literatura Juvenil - nosso foco maior

A produção de livros para crianças e jovens representa uma rica oportunidade de formação de leitores. O texto literário, por ser lúdico, joga com nossos sentidos e se abre a múltiplas interpretações. Provoca sentimentos e faz pensar, imaginar. Selecionamos os textos buscando a receptividade de nossos leitores. São textos escolhidos cujos temas podem acrescentar novas vivências à dos leitores, **textos de escritores consagrados** e de novos autores brasileiros que demonstram qualidade e talento. Selecionamos também textos de escritores internacionais que possam enriquecer a experiência de leitura dos nossos jovens. O trabalho da Editora *Biruta* tem sido **reconhecido pelas instituições que promovem a leitura, como a Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil** e a Câmara Brasileira do Livro **por meio de premiações** e de destaques relevantes. Muitos dos nossos livros receberam a indicação **Altamente Recomendável, o Prêmio Jabuti, a inclusão no White Ravens**, catálogo de Munique na Alemanha, considerada a maior biblioteca infanto-juvenil do mundo. Aos textos inteligentes e

³² <http://www.berlendis.com>, acessado em dezembro de 2010.

criativos se somam projetos inovadores com formatos originais capazes de atrair a curiosidade de jovens leitores.³³

A editora *Brinque-Book* também aposta nos mesmos elementos.

“Livro é brinquedo?

Por que não? Acreditando nisso, nasceu a *Brinque-Book* **há mais de dez anos**, quando foram lançados títulos como ‘*Brinque-Book com as Crianças na Cozinha*’, ‘*Brinque-Book Canta e Dança*’ e ‘*Brinque-Book Joga Bola de Gude*’. Através desses **inusitados livros brinquedo**, o pequeno leitor era convidado a interagir com a obra, criando a sua própria brincadeira e reinventando a história contada. Hoje, mais de **151 títulos depois**, continuamos convidando os nossos leitores mirins a pensar, a desenvolver idéias próprias, a discutir e a crescer. Porque **acreditamos que todo crescimento, seja intelectual, social ou emocional, passa pelas companheiras páginas de um livro**. A imaginação de uma criança não tem limites. É no lúdico e na fantasia infantil que se criam as bases sólidas da formação de toda uma identidade. É na **experiência mágica da leitura** que o pequeno “eu” tem uma simples e envolvente oportunidade de se conectar com realidade e o mundo ao seu redor. Deixemos os nossos pequenos leitores brincarem à vontade. Afinal, logo, logo, eles serão gente grande.”

A apresentação da *Callis Editora* é bastante similar aos textos anteriores, com diversos pontos convergentes, como se verifica abaixo.

“A *Callis Editora* se preocupa em apresentar temas relevantes para a **formação do público infantil e juvenil**, priorizando a **qualidade do conteúdo** e do projeto gráfico de seus livros. Seu catálogo **contém diversos títulos e autores premiados**. Entre as principais publicações destacam-se coleções arrojadas nas áreas de Arte, História, Literatura e Música. O intuito da editora é propiciar ao leitor a **ampliação de seus conhecimentos**, o desenvolvimento de seu senso crítico e estético e maior domínio da língua.

Fundada em 1987, a *Callis* sempre teve como objetivo **valorizar e promover o resgate do repertório cultural brasileiro**, além de incentivar a criação literária e os talentos nacionais. Em seus livros, procura refletir a diversidade da nossa cultura e valorizar as tradições de diferentes povos, assim como dos artistas de diversos movimentos e das personalidades que se destacaram lutando de várias maneiras por um país melhor e mais justo.

Desta forma também, a *Callis* pretende ser uma **aliada do professor**, contribuindo para o enriquecimento de suas aulas e para a aprendizagem dos alunos. Porque acreditamos que só se aprende a ler, lendo.³⁴

33 <http://www.brinquebook.com.br/>, acessado em dezembro de 2010.

A editora *Companhia das Letrinhas*, um dos selos da *Companhia das Letras*, é uma das que possuem site de relacionamento. Na página da empresa, no *Facebook*, é possível encontrar a seguinte informação:

“Fundada por Luiz Schwarcz, que vinha da experiência de trabalho na Editora Brasiliense, e sua esposa Lilia Moritz Schwarcz, teve como um dos 4 primeiros livros publicados Rumo à Estação Finlândia, de Edmund Wilson, sucesso de vendas que impulsionou a editora, e nos primeiros doze meses de existência, lançou 48 títulos. Três anos depois se associou ao empreendimento o economista e escritor Fernando Moreira Salles”³⁵.

No portal da empresa, pode-se ler a seguinte complementação de seu histórico, composição e propósito.

*“Uma biblioteca se faz com leituras possíveis. Todo livro que se compra é um projeto de leitura. Diante da página impressa, o leitor está sozinho com sua imaginação, o único lugar onde cada um pode viver o que deseja. A Companhia das Letras foi **fundada em 1986**. Nos primeiros doze meses de existência, lançou 48 títulos; em 2009, foram mais de 250. **Em 24 anos, publicou quase 3 mil títulos, de 1300 autores**, incluindo os lançamentos dos outros selos da editora: Companhia das Letrinhas, Cia. das Letras, Companhia de Bolso, Quadrinhos na Cia., editora Claro Enigma e Penguin Companhia.*

*Os quadros fixos da empresa distribuem-se nos departamentos de edição, produção gráfica, divulgação e **atendimento a professores**, vendas e administração. Além disso, conta com um corpo de colaboradores nas áreas de tradução, preparação de texto, revisão, pesquisa iconográfica, ilustração e design gráfico.*

Literatura e ciências humanas são, desde o início, as duas principais séries editoriais da Companhia das Letras. Elas se ramificam em: ficção brasileira, ficção estrangeira, poesia, policiais, crítica literária, ensaios de história, ciência política, antropologia, filosofia, psicanálise. Outras séries ganharam corpo: fotografia, gastronomia, divulgação científica, biografias, memórias e relatos de viagem, ao lado de projetos especiais.

Criado em 1992, o selo Companhia das Letrinhas tem como proposta editar livros afinados com a sensibilidade infantil, capazes de mobilizar nas crianças sua capacidade cognitiva, seus desejos de

34 <http://www.callis.com.br/>, acessado em dezembro de 2010.

35 Segundo o site da empresa, Fernando Moreira Salles nasceu no Rio de Janeiro, em 1946. É sócio da Companhia das Letras, dirigiu o Instituto Moreira Salles, foi editor de revista, resenhista de livros, dramaturgo (Eu me lembro, 1995; Entrevista, 1998) e era filho do banqueiro, embaixador e advogado Walther Moreira Salles, fundador do Unibanco.

autoexpressão, sua necessidade de organizar o mundo. Livros que sejam para elas uma experiência cada vez mais perceptível de independência. [...]

*Uma mesma proposta de trabalho dá unidade ao catálogo da editora: publicar livros que, pela **qualidade do texto** e da produção gráfica, sejam um convite à leitura.³⁶*

A Editora *Cosac Naify* se orgulha, no seu texto de apresentação, do amplo leque de autores e obras que compõem seu catálogo. Mesmo sublinhando a heterogeneidade de seu quadro, enfatiza que os livros infantis são a “menina dos olhos” da editora.

“A história da Cosac Naify começou em junho de 1997, quando as livrarias brasileiras receberam o volume Barroco de Lírios, de Tunga. Com mais de dez tipos de papéis e 200 ilustrações, o livro criado por um dos principais artistas contemporâneos do mundo tinha recursos como a fotografia de uma trança que, desdobrada, chegava a um metro de comprimento.

*Primeiro, vieram as artes plásticas, área na qual a editora se estabeleceu como referência, tendo publicado mais de cem títulos sobre o assunto. São mais de 50 monografias sobre artistas brasileiros, clássicos da crítica de arte nunca antes traduzidos para o português, como *Outros critérios*, de Leo Steinberg, obras de referência, como os três volumes de *História da arte italiana*, de Giulio Carlo Argan, e *Piero de la Francesca*, de Roberto Longhi, com posfácio de Carlo Ginzburg.*

*Esse conjunto de livros, feitos para adultos, jovens e crianças, entre a ficção e ilustração, é um dos destaques da área que é **menina dos olhos na editora: os livros infantis**.*

Para todos os leitores

*Nossos títulos “para crianças” **não são realizados para uma faixa etária restrita**, e englobam desde obras que representam marcos na história da literatura infantil, como os revolucionários *O livro inclinado* (1909), de Peter Newell, e *Na noite escura* (1958), de Bruno Munari, até livros feitos por jovens criadores brasileiros, **como** *Lampião & Lancelote*, de Fernando Vilela, um dos livros brasileiros **mais premiados** de todos os tempos, inclusive pela *Meca dos infantis*, a *Feira de Bologna*, que em 2010 **premiou** Tchibum!*

***Prêmios**, os infantis da Cosac Naify já colheram **aos montes**. São **mais de 50**, entre eles o *Jabuti de Melhor Livro do Ano* (concorrendo com os adultos), *façanha de Bichos que existem & bichos que não existem*, de Arthur Nestrovski, e o prêmio da *Bienal de Bratislava*, conquistado por Ângela Lago, com *João-Felizardo, o rei dos negócios*.*

³⁶ <http://www.companhiadasletrinhas.com.br/>, acessado em dezembro de 2010.

Tal como Lago, o nosso catálogo infantil tem obras muito especiais de grandes nomes da ficção nacional, como Ana Maria Machado, Decio Pignatari e, por que não, Mario de Andrade e Lima Barreto (ilustrados pelo jovem mestre Odilon Moraes), Machado de Assis (na leitura delicada de Nelson Cruz), e ainda os gigantes estrangeiros Goethe, Gógol, Tchekhov, Pablo Neruda e William Faulkner. [...]

Monstros sagrados

Os grandes artífices da cultura brasileira são, por sinal, um dos eixos em torno dos quais se organiza a produção editorial da Cosac Naify. Temos o orgulho de sermos, por exemplo, os editores das obras de Paulo Emílio Sales Gomes, Glauber Rocha e Manuel Bandeira. E publicamos alguns dos mais importantes ensaístas recentes, de Bento Prado Jr. a Fernando Novais, de Davi Arrigucci Jr. a Ismail Xavier, de Eduardo Viveiros de Castro a Ferreira Gullar. [...]

*E é assim, com esse **catálogo tão heterodoxo e tão único**, que reúne sob o mesmo logotipo Petrónio e Capitão Cueca, Claude Lévi-Strauss e Woody Allen, Joaquim Nabuco e Chacal, que a Cosac Naify continua levando adiante seu desafio: em muitas áreas fazer sempre o melhor, ou ao menos o diferente.³⁷*

Em sua breve apresentação, a *Editora Lê* explica ao leitor que mudanças na direção da empresa implicaram a reformulação do catálogo e a eleição da literatura infanto-juvenil como seu produto exclusivo.

*"[...]a **partir de 1975** começou a editar literatura infantil com a reedição dos clássicos *A Bonequinha Preta* e *O Bonequinho Doce*, de autoria da escritora Alaíde Lisboa de Oliveira. Em 2003, já com cerca de 500 títulos em catálogo, a Editora Lê passou a contar com nova direção, que optou por se **dedicar exclusivamente à literatura infantil e juvenil**. 'Nessa nova etapa teve início uma revisão geral de seu catálogo, num processo de reformulação editorial para adequar o produto LÊ ao que há de **mais moderno em termos de projeto e apresentação gráfica**' afirmam os editores.³⁸*

A editora *Panda Books/Original*, por sua vez, enfatiza a alta concorrência no mercado destinado aos jovens leitores e destaca a vinculação de seus produtos com as escolas, como evidência de um padrão de qualidade.

37 <http://editora.cosacnaify.com.br/Default/1/Default.aspx>, acessado em dezembro de 2010.

38 <http://www.le.com.br/>, acessado em dezembro de 2010.

[...] **surgiu em 1999** e, segundo seus responsáveis, 'assumiu a responsabilidade de publicar **livros que aliem informação e diversão**. Num mercado disputado, liderado pelas grandes e consagradas editoras, conseguimos **nos destacar com títulos de qualidade, investindo em novos autores e ilustradores**. É com grande orgulho que vemos nossas obras **distribuídas nas escolas** públicas de todo o país por meio dos programas governamentais e adotadas nas escolas particulares. O reconhecimento do nosso trabalho se faz também nos títulos **contemplados com o selo Altamente Recomendável da FNLIJ e com o Prêmio Jabuti**. Essas honrarias nos dão a certeza de estarmos trilhando o caminho certo, rumo à democratização da leitura e em prol da formação de cidadãos mais conscientes e atuantes na sociedade'.³⁹

Espera-se de uma apresentação pública, seja de uma pessoa ou de uma empresa, o cuidado para garantir a presença de dados de maior destaque da história daquele ou daquela que se apresenta. No caso de editoras de livros, informações relacionadas ao tempo de experiência de mercado, à qualidade do material produzido e a premiações recebidas, são destacadas, mas há nesses textos outras interessantes informações veiculadas: projetos em destaque, a presença de autores consagrados, a vinculação do livro com o lúdico e, ao mesmo tempo, com o conhecimento acadêmico e com a escola. Segue-se, na Tabela 2, a síntese das apresentações.

39 <https://pandabooks.websiteseguro.com/>, acessado em dezembro de 2010.

Editora	Experiência de mercado	Prêmios recebidos	Livros e Literatura que oferecem	Projetos / Propostas
Berlendis	"Lançou-se no mercado em 1979"	"tendo recebido da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil"	"livros que de fato fossem dignos de apreciação, não apenas com textos e ilustrações primorosas, como também bem-acabados"	"trabalho inédito: reunir num só volume dois tipos de leitura, a pictórica e a literária"
Biruta	"Foi criada no ano de 2000"	"por meio de premiações"	"oferecer aos leitores o melhor texto"	"Literatura Infantil e literatura Juvenil - nosso foco maior"
Brinque-Book	"Há mais de dez anos"	-----	"inusitados livros brinquedo"	"acreditamos que todo crescimento, seja intelectual, social ou emocional, passa pelas companheiras páginas de um livro"
Callis	"Fundada em 1987"	"contém diversos títulos e autores premiados"	"qualidade do conteúdo e do projeto gráfico de seus livros"	"valorizar e promover o resgate do repertório cultural brasileiro"
Companhia das Letrinhas	"Criado em 1992"	-----	"livros afinados com a sensibilidade infantil"	"publicar livros que, pela qualidade do texto e da produção gráfica, sejam um convite à leitura"
Cosac Naify	"Junho de 1997"	" <i>Prêmios, os infantis da Cosac Naify já colheram aos montes</i> "	" <i>continua levando adiante seu desafio: em muitas áreas fazer sempre o melhor, ou ao menos o diferente</i> "	"menina dos olhos na editora: os livros infantis"
Lê	"A partir de 1975"	-----	"dedicar exclusivamente à literatura infantil e juvenil"	"mais moderno em termos de projeto e apresentação gráfica"
Panda Books	"Surgiu em 1999"	"contemplados com o selo Altamente Recomendável da FNLIJ e com o Prêmio Jabuti"	"livros que aliem informação e diversão"	"nos destacar com títulos de qualidade, investindo em novos autores e ilustradores"

Tabela 2 – Cadeias referenciais das apresentações das editoras

As apresentações que constam nos sites das editoras são, para o leitor, a possibilidade de um contato inicial e, para a empresa, a grande oportunidade de fisgá-lo “à primeira vista”. Por esse motivo, é recorrente a utilização do discurso da experiência que legitima

a qualidade e confiabilidade do material dessa ou daquela editora. Vimos, também, o emprego de adjetivos e substantivos pertencentes a campos semânticos de interesse do público leitor – consequentemente dos mediadores de leitura - como o da “inovação” (“*novos*”, “*o diferente*”, “*inusitados*”) e do “lúdico” (“*brinquedo*” e “*diversão*”).

A grande maioria dos textos quer informar sobre aquilo que mais atrai o público, seja ele escolar ou não: a experiência de mercado, os livros e a Literatura que oferecem, os projetos e as propostas a que se vinculam e, principalmente, enfatizam os prêmios recebidos.

Segundo Sorá (1997), poderíamos dividir o conjunto desse tipo de empresas em dois: as *comerciais* e as *culturais*. As primeiras seriam aquelas de investimentos seguros e a curto prazo, enquanto as últimas buscam investimentos arriscados e a longo prazo. Assim, as empresas comerciais costumam ter um ciclo de produção breve, visando sempre ao lucro e, por isso, trabalham com o giro rápido dos produtos, “sem as demoras de tempo que o capital cultural exige.” (p.155) Diferentemente, as empresas culturais aceitam o risco da escolha ou, como afirma Bourdieu (1997), combinam “prudência econômica com audácia intelectual” (p.23), o que lhes garante prestígio e renome.

Nas editoras investigadas, por meio da análise das autodeclarações e do levantamento de seus perfis, todas se encaixariam no perfil das *empresas culturais*, uma vez que se caracterizam por serem “editoras para leitores seletos, separados pelo alto capital escolar e/ou social.” (Idem, p.155). Haja vista que, durante a seleção do *corpus*, foram retiradas as editoras que trabalham com obras didáticas; com isso, reduzimos as possibilidades de trabalharmos com as de cunho comercial, que seriam “editoras para o grande público, empenhadas na vulgarização.” (Idem, p.155).

No entanto, apesar dessas editoras se encaixarem na denominação *empresas culturais*, durante a análise dos catálogos, foi possível detectar, através dos enunciados

e de seus discursos, a ideologia capitalista dessas empresas. É o que discutiremos a seguir.

2.2 - Lendo catálogos

O processo de análise utilizado para a investigação dos catálogos da presente pesquisa baseou-se na utilização das categorias de análise criadas durante a participação da autora na pesquisa de 2008. Naquela oportunidade, observamos, nos impressos que tínhamos em mãos, características comuns a todos. Partindo desses aspectos recorrentes, criamos categorias de análise. Tais categorias, por sua vez, foram reunidas em quatro grupos para melhor estabelecer dimensões de exame dos oito catálogos. As categorias e seus grupos (separados por tonalidades de cinza) foram colocados na Tabela 3 a seguir para possibilitar uma panorâmica todo o material.

<i>Editoras</i>	Capa em cores	Papel de qualidade (couché)	Possui o título Catálogo na capa	Possui a indicação referente ao ano	Possui Slogan	Possui carta de apresentação	Possui índice por títulos	Possui índice por ilustradores	Possui índice por autores	Possui índice por temas	Possui índice por faixa etária	Apresenta resenhas	Separa por faixa etária	Separa por temáticas ou temas transversais	Apresenta as premiações
Berlendis	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não*	Sim	Não	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim
Biruta	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim
Brinque-Book	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim
Callis	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não	Sim	Não	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Companhia das Letrinhas	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não**	Não	Sim
Cosac Naify	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim**	Não	Sim	Não	Não	Sim
Lê	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim
Panda Books	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim

Tabela 3 – Categorias de análise

* A editora mostra, na introdução das coleções, pequenos textos de apresentação.

** Essa editora utiliza o índice por palavras-chave, mas, na verdade, está separando por temáticas (medo, rejeição, solidão, etc.)

*** Em suas páginas, a editora não separa os livros por faixa etária, somente ao final do catálogo apresenta um índice por ciclos educacionais.

Além do trabalho com essas categorias, também foi foco desta pesquisa abordar os significados que os catálogos veiculam, sem perder de vista o contexto e as condições de sua produção e de sua recepção. Por isso, focamos, durante análise, certos aspectos gerais da linguagem que possibilitaram uma abordagem que ampliou uma consideração apenas descritiva de suas propriedades materiais.

Os catálogos de livros, como de resto qualquer produção editorial, pressupõem uma série de outros fatores sem os quais sua existência se reduziria à organização formal de seus parâmetros físicos. Se a literatura infantil é um fenômeno que não está desvinculado das forças sociais que a engendram, se essas forças atuam e de fato compõem sua totalidade constituinte, cabe então buscar entender a natureza complexa dessa totalidade.

Nesse sentido, a leitura dos catálogos será amparada pela Análise de Discurso⁴⁰. Somente através da materialidade do texto e do discurso presente nesse impresso é que, segundo Charnizon (2008), somos capazes de identificar as concepções, ideias, comportamentos e, ainda, o modelo de leitor almejado pelas editoras.

A Análise de Discurso também nos garante o entendimento de

como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos. Essa compreensão, por sua vez, implica em explicitar como o texto organiza os gestos de interpretação que relacionam sujeito e sentido. Produzem-se assim novas práticas de leitura. (ORLANDI, 2002, p.27)

Sob esse prisma, somos capazes de realizar uma leitura relacionando não só os enunciados verbais como também os não-verbais, as imagens e as marcas gráficas. Essa postura investigativa vai ao encontro da concepção de linguagem que adotamos

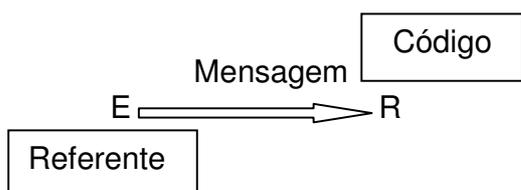
40 Utilizaremos as discussões apresentadas por Orlandi (2002).

nesta pesquisa: a de que o discurso verbal passa não apenas pela análise de sua estrutura material, mas por todas as variáveis que o concebem.

Se, por um lado, cada uma dessas análises (projeto gráfico e análise textual-discursiva) objetiva e focaliza elementos de diferentes naturezas no texto e demanda processos de investigação distintos, por outro lado, os dados obtidos se complementam, na medida em que os elementos do projeto gráfico completam o sentido do discurso verbal e agregam forças semiológicas. (CHARNIZON, 2008, p. 26)

Salientamos que a AD trata como o texto significa e não o que o texto significa. Para a AD, a língua é a materialidade do discurso, é a “condição de possibilidade do discurso”. Por isso, a língua é pensada em seu contexto de uso (ORLANDI, 2001,p.19).

Vale ainda lembrar que, para a AD, o discurso não pode ser pensado da maneira simplista representada abaixo:



“Para a AD, não se trata apenas de transmissão de informação [...]: alguém fala, refere alguma coisa, baseando-se em um código, e o receptor capta a mensagem, decodificando-a.” Para essa linha de pensamento, o que temos, na verdade, é um “complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos não meramente transmissão de informação” (ORLANDI, 2001, p. 21). Por isso, trataremos os textos dos catálogos, como caminho para acesso ao discurso.

Analisaremos os impressos baseando-nos na obra *Análise de Discurso*, de Orlandi (2001). Serão observadas a materialidade linguística (as condições de produção, as formações imaginárias e a relação de forças); a abordagem ideológica (os ditos e os não-ditos) e a historicidade (“o acontecimentos do texto como discurso, o trabalho dos sentidos nele”, as paráfrases, as metáforas e as sinonímias) dos textos. (Idem, p. 21).

Um ponto que norteará nossa investigação é um aspecto que diferencia o catálogo de outros impressos, como revistas e jornais. Nos catálogos, todos os textos existentes em suas páginas foram feitos para serem lidos. Assim, todos os enunciados são intencionalmente colocados por seus 'autores' para serem apreciados e fazem parte dos protocolos de leitura criados pelos editores.

Já em outros impressos, há textos periféricos que podem ou não ser lidos pelo leitor, como, anúncios publicitários que fogem ao controle do autor do impresso; afinal, o que irá prevalecer na escolha de sua veiculação ou não é seu preço e não a intenção do periódico.

É preciso lembrar que a empresa vive do lucro de seus anunciantes. Tal fato não ocorre com os catálogos, visto que são iniciativas das próprias empresas e, portanto, são independentes quanto à veiculação de seus conteúdos. Interessante saber que a circulação desse impresso não está ligada ao consumo do mesmo em si, mas, sim, ao consumo dos livros que neles são oferecidos. Portanto, durante a análise dos impressos, será preciso, a todo o momento, lembrar essas e outras especificidades referentes ao material de divulgação que circula livremente nas escolas de nosso país, para, assim, relativizarmos a leitura feita de seu conteúdo.

Iniciaremos a leitura dos catálogos por sua capa, aproveitando para tecer reflexões a respeito dos projetos gráficos dos materiais impressos.

Vale ressaltar que, de um modo geral, o projeto gráfico ou *design* gráfico dos catálogos, bem como sua constituição interna, são bastante similares. Os editores dos impressos analisados nesta pesquisa parecem investir em projetos que garantam a seus materiais uma semelhança com livros infantis.

Segundo Márcia Okida da SND (Society for News Design), "o design gráfico é responsável por grande parte do sucesso ou do fracasso de uma publicação". A

designer ainda afirma que “é do design gráfico grande parte da responsabilidade de uma perfeita comunicação entre um impresso e seu público”.⁴¹

Ainda sobre o *design* gráfico de impressos, Charnizon (2008) nos informa que:

é composto por um conjunto de elementos, tais como diagramação, formato, número de páginas, tipologia, a organização dos elementos na página, entre outros. Esses elementos, somados à disposição dos textos e à sua ordem de colocação no suporte, configuram-se como procedimentos de composição que funcionam como protocolos de leitura, os quais guiam o leitor e direcionam a leitura para a produção de determinados sentidos. (p. 32)

Tais aspectos também se aplicam aos catálogos, já que podem ser considerados meios de comunicação entre mercado editorial e leitores (escola).

Os catálogos, que precisam acompanhar um mercado, estão sempre se atualizando e, ainda assim, conseguem manter a mesma essência para a qual foram criados: apresentar produtos e torná-los acessíveis a diferentes leitores.

O papel do catálogo não mudou muito, mesmo com o advento da tecnologia moderna. O catálogo ainda nos leva a um mundo que não podemos visitar, para vender produtos que não podemos ver – transformando a caixa postal de todos em uma loja de departamentos de sonhos. (CLIFF, 1994, p. 9)

A grande maioria, por ter as mesmas intenções, faz uso de semelhantes protocolos de leitura para alcançar seu leitor pretendido. É comum, portanto, encontrar nos impressos: capas com papel de qualidade, título, indicação de ano e slogans; índices por títulos, por ilustradores e por autores; cartas de apresentação; resenhas e a indicação das premiações recebidas por suas obras.

Agrupamento 1 - Os catálogos e suas capas

⁴¹ <http://www.designgrafico.art.br/comapalavra/linguagemeditorial.htm>.

Segundo a pesquisadora Claudia Trevisan Fraga, que realizou, em 2008, o estudo “A construção da identidade das editoras pelas 1^{as} capas: Record e Cosac Naify”, a importância das capas reside não apenas por ser ela

a embalagem do miolo, mas também como a face identitária tanto do livro como da editora. Para os designers que a concebem, ela é desenvolvida e tratada à maneira de um anúncio publicitário para a venda de um produto a partir do primeiro contato com livro [no nosso caso com o catálogo] e o consumidor. (p. 8)

Todas as capas dos catálogos investigados são em cores, em papel de qualidade e com efeitos visuais característicos do universo infantil. A soma desses aspectos, irrefutavelmente, pretende causar impacto no seu público-alvo.

Como a relação entre produto e consumidor é construída a partir de identidades, a do produto, a da empresa que o fabrica e a do consumidor, no âmbito da circulação da mercadoria livro, tem-se que a primeira capa é a embalagem que porta o produto comercializado. (FRAGA, 2008, p. 6)

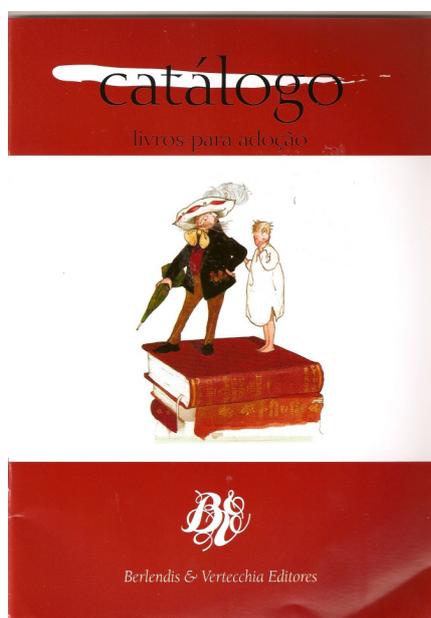


Figura 6 – Capa do catálogo Editora Berlandis

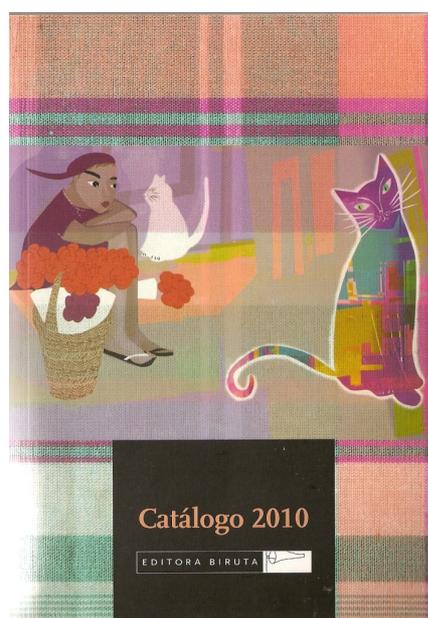


Figura 7 – Capa do catálogo da Editora Biruta

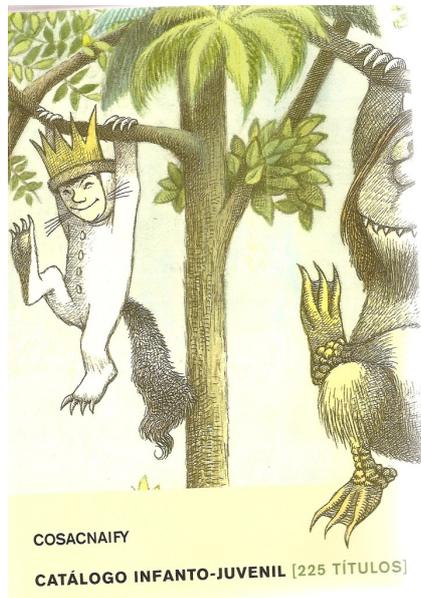


Figura 8 – Capa do catálogo da Editora Cosac Naify

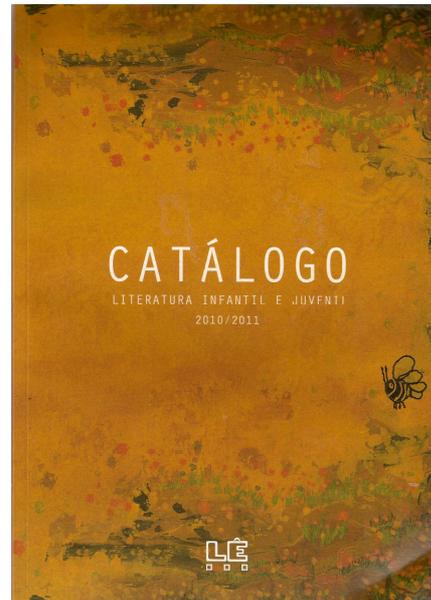


Figura 9 – Capa do catálogo Editora Lê

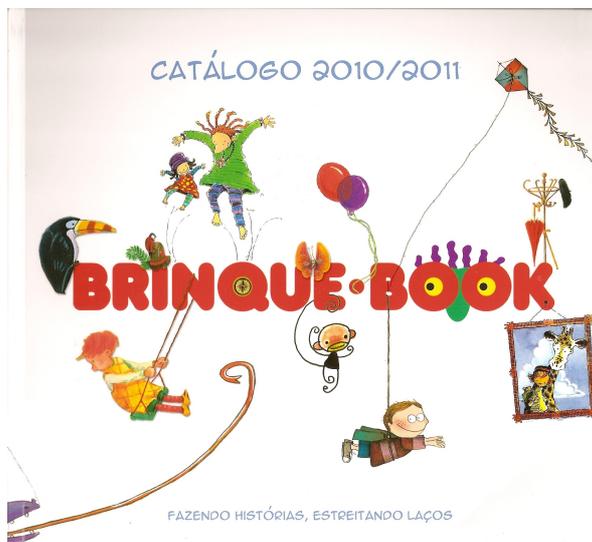


Figura 10 – Capa do catálogo da Editora Brinque-Book

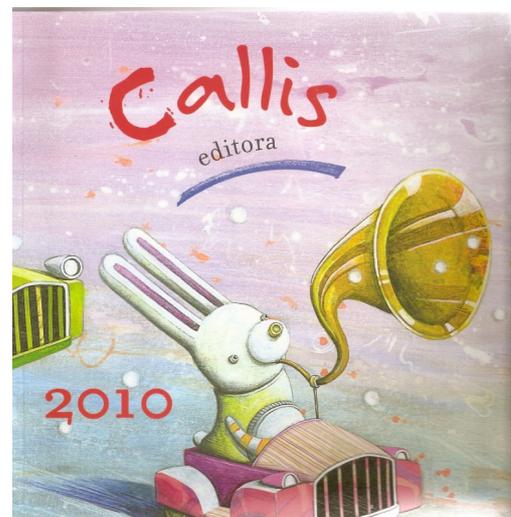


Figura 11 – Capa do catálogo Editora Callis

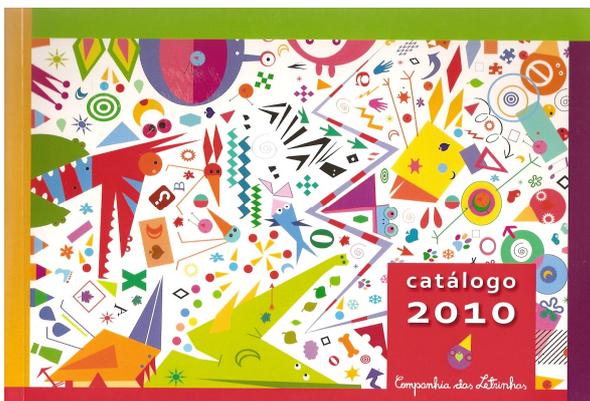


Figura 12 – Capa do catálogo da Editora Companhia das Letrinhas

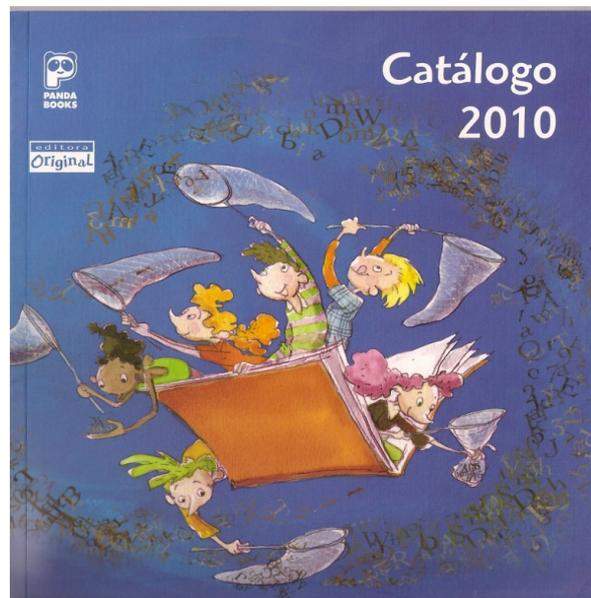


Figura 13 – Capa do catálogo da Editora Panda Books

Assim, visando a seu público consumidor final, as crianças, a maioria dos catálogos opta por uma capa em cores chamativas. Apesar de não serem produzidos para circularem nas mãos dos pequenos leitores, os catálogos carregam produtos destinados a eles e, por esse motivo, dialogam com esse segmento.

O mesmo acontece com as imagens presentes nas capas que, de um modo geral, referenciam-se ao universo infantil. É possível perceber que há editoras que buscam propostas distantes do discurso infantil e mais próximas de um discurso acadêmico, adulto, como fazem as editoras *Berlendis* e *Lê*. Elas destoam das outras, uma vez que a maioria faz uso de imagens infantis como animais e crianças, abusando das cores vivas. Essas duas editoras investiram em capas “intelectualizadas”, visivelmente voltadas para o olhar do adulto que, via de regra, encara a literatura de modo mais sóbrio.

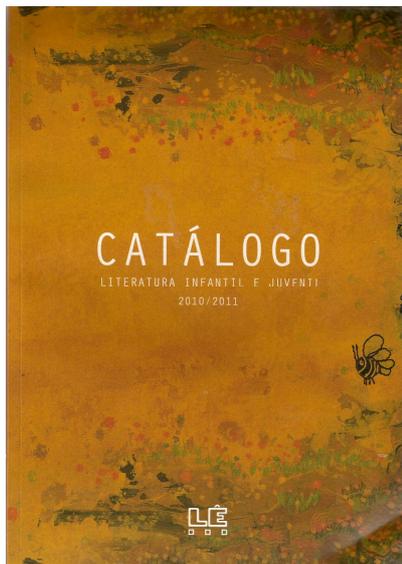


Figura 14 - Capa do catálogo da Editora Lê

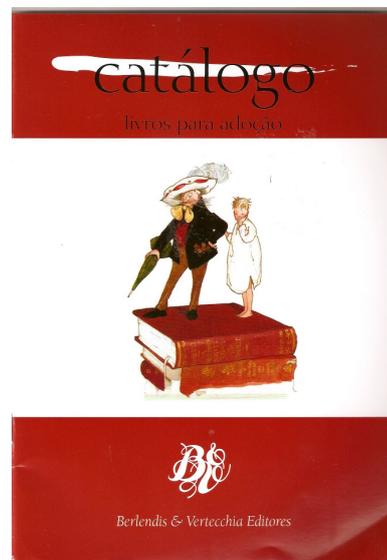


Figura 15 - Capa do catálogo da Editora Berlandis

A editora *Lê* apostou em uma capa artística, cujo desenho até se refere ao universo infantil (há abelhas e pássaros), porém as cores discretas e a técnica utilizada dialogam eminentemente com o público adulto.

No mesmo caminho, a capa da Editora *Berlandis* opta também pela cartela restrita de cores, vermelho e branco, e pela imagem pouco atrativa às crianças. Duas personagens provenientes de alguma história infanto-juvenil estão no centro da capa, em cima de dois livros de capa vermelha, sugerindo tratar-se de duas obras aparentemente clássicas.

Fazendo uma análise sob o prisma da AD, podemos dizer que, em relação à materialidade linguística dessas capas, os sujeitos locutores (as editoras) têm uma imagem de si, do sujeito interlocutor (o leitor dos catálogos) e do referente (a literatura infanto-juvenil).

A imagem que as Editoras *Lê* e *Berlandis* têm de si é a de que são empresas que primam pela Literatura/arte; portanto, valorizam a leitura literária, daí a capa intelectualizada. A imagem que têm de seu interlocutor (seja ele professor ou não) é a de que ele precisa inserir em sua prática de leitura (no caso do professor na suas aulas)

livros dedicados à Literatura clássica, que prezem o estético-literário. Por fim, a imagem que criam dos referentes é a de que a Literatura alarga as experiências individuais e humaniza os leitores.

Essas imagens são construídas também pelos interlocutores que têm contato com o material. Diante dessas duas capas, o interlocutor constrói a imagem de duas editoras preocupadas com a qualidade do material, com uma literatura fantástica e não com aquela doutrinadora, moralizante de intenção meramente pedagógica. Esse interlocutor, por sua vez, ao adentrar o impresso e visualizar de perto as obras em catálogos, confirmará ou não as imagens que formou a partir da capa.

Por fim, vale dizer que a proposta gráfica das capas dessas duas editoras intenta atrair não o público final de suas obras, as crianças, mas o mediador, que, na maioria das vezes, é um adulto. Esse público busca na Literatura, além da aquisição do conhecimento, o *status* de arte dessa linguagem.

Já em relação aos textos presentes nas capas, percebemos que, dos oito impressos, somente o da Editora *Callis* não possui a palavra *Catálogo* na capa.

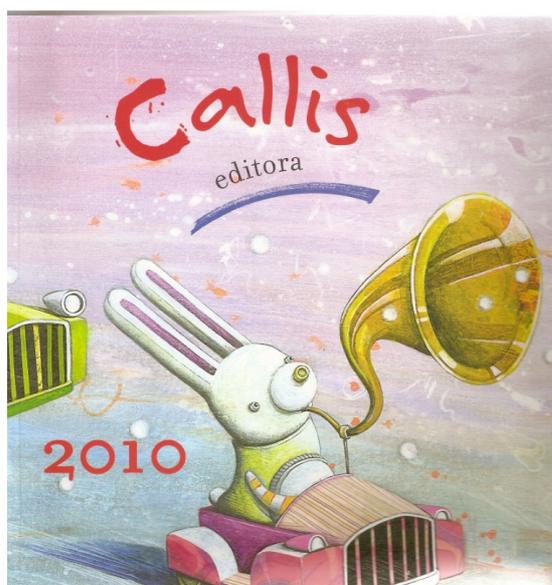


Figura 16 - Capa do catálogo da Editora Callis

Uma possível hipótese para o fato de a editora não fazer uso da palavra *Catálogo* em sua capa seria a tentativa de fazer seu impresso assemelhar-se ainda mais ao produto que vende: o livro infantil. Com essa estratégia, a sensação que o leitor que manuseia o impresso tem é a de folhear um livro. Diante disso, os protocolos de leitura criados por essa editora passam a ser diferentes das outras, já que o leitor adentrará no impresso como se estivesse lendo um livro.

Segundo Orlandi (2001, p.34), a abordagem ideológica é importante, já que “só uma parte do dizível é acessível ao sujeito, pois mesmo o que ele não diz significa em suas palavras”. Assim, podemos relacionar o dito e o não-dito que podem ser traduzidos em duas formas de não dizer: o pressuposto e o subentendido. O pressuposto relaciona-se com o dito, portanto deriva da instância da linguagem; já o subentendido dá-se no contexto. Diante disso, a ausência do nome catálogo cria o seguinte pressuposto: a Editora Callis não quer vincular seus livros à ideia de mercadoria; por isso, não anuncia o nome *catálogo* na capa. Fica, então, subentendido que a empresa que não trata seus livros como mercadoria produziria livros de melhor qualidade.

A indicação do ano na capa é outra marca presente na maioria dos documentos a que tivemos acesso. Dos selecionados para análise, apenas dois, da *Cosac Naify* e da *Berlendis*, não apresentam a marcação do ano. É possível supor que, de maneira intencional, os editores optaram pela ausência de datas com o propósito de os impressos circularem por mais tempo, sem perderem, rapidamente, a validade.

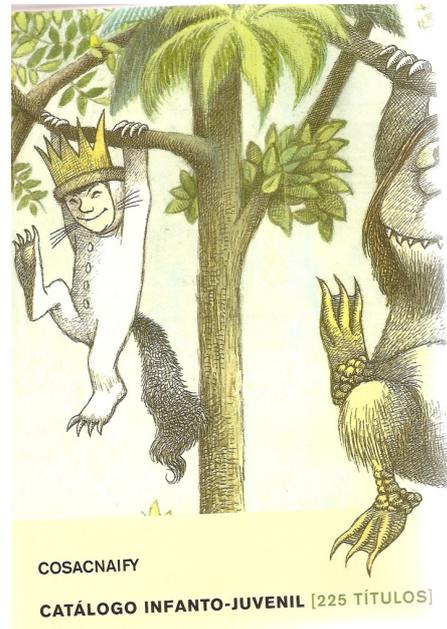
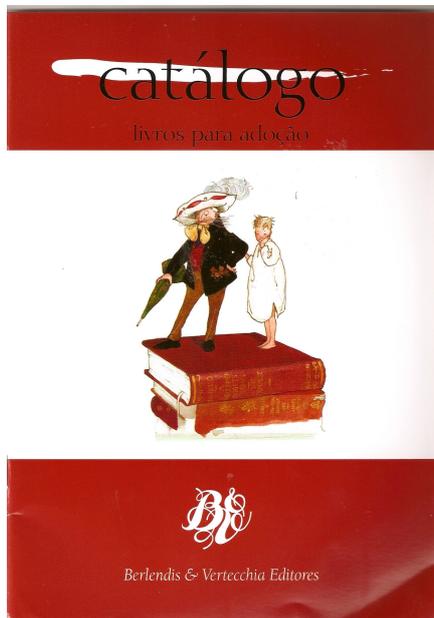


Figura 17 – Capa do catálogo da Editora Berlandis **Figura 18** - Capa do catálogo da Editora Cosacnaify

O ponto alto, durante a análise das capas, foi detectar a ausência de *slogans* em sete dos oito impressos. Vale ressaltar que esse tipo de texto é uma fórmula sintética da mensagem verbal, de fácil memorização e capaz de causar grande impacto. Além disso,

são breves e mobilizam como recurso mnemônico a sonoridade, valendo-se de rimas e de paralelismos sintáticos ou lexicais. Além disso, a mensagem publicitária busca simular um processo de interlocução, dirigindo-se ao leitor como em uma conversa pessoal [...] (CURCINO, 2009, p. 5)

Portanto, considerando tais atributos, era esperado que todas as empresas, a fim de serem lembradas, utilizassem essa estratégia, mas, surpreendentemente, apenas a editora *Brinque-Book* buscou dialogar com o leitor através do *slogan* **“Fazendo histórias, estreitando laços”**.

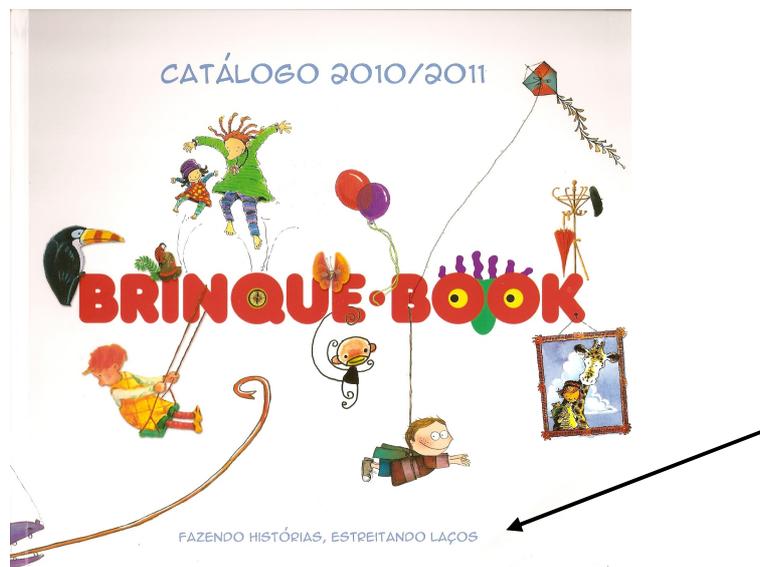


Figura 19 – Capa do catálogo da Brinque-Book com seu *slogan* em destaque

Agrupamento 2 - Os catálogos e seus destinatários: As cartas de apresentação

No contato com catálogos há algum tempo, como pesquisadora e como professora, foi possível perceber que a *carta de apresentação* se faz presente na maioria dos impressos e, em geral, destina-se ao educador. Entretanto, nos catálogos analisados, cinco a possuem e três não. Entre aqueles que a apresentam, somente a *Editora Panda Books* endereça seu catálogo explicitamente aos educadores, lançando mão do vocativo “Caro Educador”, ou seja, do total analisado, 37,5% não apresentam esse importante instrumento de aproximação com o público.

As cartas presentes nos catálogos podem ser assim divididas:

- 1) - diretamente destinadas ao professor/educador;
- 2) - indiretamente destinadas ao professor/educador;
- 3) - destinadas ao público em geral;

Foi possível perceber, nas cartas analisadas, cadeias referenciais que suscitam o diálogo com a escola ou com um público especializado. Parece que a intenção das editoras é ampliar o destinatário das cartas, porém, sem deixar de contemplar seus maiores clientes: a escola.

Nos quadros a seguir, as cadeias referenciais de cada carta foram destacadas, para melhor visualização, em três categorias: - diretamente destinadas ao professor/educador; - indiretamente destinadas ao professor/educador; - destinadas ao público em geral.

Diretamente destinada ao professor/educador	
<p style="text-align: center;">“Caro educador,</p> <p><i>A Panda Books está completando 10 anos de vida! Durante essa longa jornada, apostamos na publicação de obras que fomentem a reflexão, preparando jovens para se tornarem agentes transformadores da realidade e do futuro. Investimos sempre na linguagem leve e irreverente, trazendo um novo olhar sobre os temas e procurando despertar um olhar crítico e criativo para o conhecimento. Para comemorar nosso aniversário, presentecemos você com muitas novidades: a coleção Imigrantes do Brasil faz um resgate da história e da cultura dos povos que chegaram ao nosso país; a coleção <i>Contos de Fadas em Cordel</i> dá uma nova roupagem aos textos clássicos que encantam gerações há milhares de anos; e trouxemos o teatro para a sala de aula com a coleção <i>Teatro Infantil</i>, com textos de peças contemporâneas de grandes companhias. E há muito mais nas próximas páginas! Assim como você, professor, temos ainda um longo caminho a trilhar em prol de uma educação de qualidade para nossas crianças e jovens. Esperamos estar ao seu lado por mais 10 anos, oferecendo livros que contribuam com o seu trabalho na escola.</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Os editores”</i></p>	<p><i>“Um projeto editorial coerente leva anos para ser realizado. Este quarto catálogo infanto-juvenil da Cosac Naify torna mais claro o caminho que procuramos trilhar: diminuir a distância entre o livro infantil e o adulto. Dentro desta perspectiva, a literatura é um território universal, sem fronteiras de raça, sexo, religião, faixa etária. Um bom livro não se limita a um leitor específico. [...] Qual pai ou professor pode resistir? [...] Quem nos acompanha todos estes anos, já deve ter notado que o catálogo cresceu, não só em quantidade e qualidade, como ampliou o leque de assuntos. [...] Porém, ao ampliar nossas referências, não descuidamos do registro particular da literatura infanto-juvenil. Poucos catálogos concentram autores historicamente tão importantes. A partir do lançamento de <i>Era uma vez uma capa</i>, obra de referência fundamental para críticos, professores, bibliotecários e pesquisadores, começamos a desenhar uma trajetória do livro ilustrado, década a década. [...] Tudo o que foi mencionado acima pode parecer, aos olhos dos outros, conquistas aparentemente pequenas. Mas, para nós, são importantes [...]</i></p>

Indiretamente destinada ao professor/educador	
<p>“2010: mais um ano cheio de novidades e desafios, porém com a mesma preocupação que permeia nossas duas décadas: oferecer livros infantil e juvenil de qualidade. Neste catálogo serão apresentados nossos títulos mais consagrados e 35 lançamentos. Com a preocupação de oferecer um guia, além de colorido e divertido, prático e de fácil manuseio, com informações completas e de rápida localização, o Catálogo Brinque-Book está organizado na seguinte seqüência: Lançamentos, Brinque-Book na mochila, Catálogo completo e Livros digitais em Língua de Sinais. No final, por meio de três índices diferenciados, é possível encontrar as obras de acordo com título, autor e ilustrados, temas gerais e temas transversais.</p> <p>Cada livro vem identificado com informações importantes para facilitar a consulta de escolas e livrarias, como: Metas do Milênio, faixa etária sugerida, caixa alta, sugestões de leitura dos mesmos autores ou relacionadas ao mesmo tema, número do ISBN e de páginas, formato e previsão de lançamento. Este ano, a Brinque-Book apresenta lançamentos de renomados autores nacionais, [...] Para aqueles que gostam de desafios, o catálogo está repleto de livros-brinquedo. [...] E é com muita alegria que apresentamos a você nosso catálogo. Aproveite! Suzana Sanson”</p>	<p>“Este ano tem novidade: a Companhia das Letrinhas e a Cia das Letras ganharam catálogos individuais, com projeto gráfico novo, mais identificado com as diferentes faixas etárias a que os selos se destinam: leitores iniciantes de um lado, e os que já têm um relacionamento sólido com a leitura de outro. Há mais uma novidade neste volume que você tem em mãos: os lançamentos do ano estão agrupados logo no início, com um destaque especial. A lista que indica o ciclo educacional em que cada livro costuma ser utilizado foi atualizada. Esperamos ajudar, com este catálogo reestilizado, no desenvolvimento do gosto pela leitura. Volumes bonitos, afinados com a sensibilidade desse público tão especial, e que atijam a curiosidade; títulos capazes de mobilizar nas crianças sua capacidade cognitiva, seus desejos de autoexpressão, sua necessidade de entender e organizar o mundo – são esses os livros que a Companhia das Letrinhas se preocupa em oferecer. Bom proveito!”</p>

Convém observar que apenas uma editora, em sua carta, optou por generalizar seus textos a fim de ampliar suas possibilidades de destinatários.

Destinada ao público em geral
<p>“Firmando-se, a cada lançamento, como um dos expoentes na publicação de literatura destinada ao público infantil e juvenil a Editora Lê destaca-se pela qualidade dos textos, das ilustrações e da apresentação gráfica. Além dos lançamentos, estamos reeditando a maioria das obras do catálogo com um novo projeto gráfico, que envolve revisões, melhoria no papel e na impressão de textos e imagens. Enfim, o foco de nosso trabalho consiste na produção de uma literatura cada vez mais identificada com o prazer de ler. Sabe-se que as indicações de faixas etárias ou séries escolares são meras sugestões, que dependem essencialmente do histórico de leitura cada um. No entanto, optamos por apresentar as obras infantis e juvenis distribuídas segundo alguns critérios orientadores que podem se mostrar úteis na escolha de livros adequados a cada categoria de leitor. Essas categorias não dependem apenas da faixa etária: guardam uma relação entre idade cronológica, estágio de amadurecimento afetivo-intelectual e estágio de conhecimento o mecanismo de leitura. Apresentam-se do seguinte modo: pré-leitor, leitor iniciante, leitor em processo, leitor fluente e leitor crítico. A partir daí, o leitor crítico e independente se aproxima cada vez mais da literatura adulta. Desse modo, prosseguimos em nossa missão de publicar obras que incentivem o leitor a imaginar, conhecer, alargar horizontes e questionar, para que sua leitura – além de prazerosa – o instigue a construir e reconstruir a PALAVRA, que nos torna mais humanos, de modo a usufruirmos todos uma vida sempre melhor. Os Editores”</p>

Analisaremos as cartas de apresentação à luz da AD.

A carta da Editora Panda Books

No geral, temos um texto coerente e bem articulado. Quanto à materialidade linguística, podemos dizer que a linguagem é despretensiosa e informal, condizente com a proposta da editora que afirma: “Investimos sempre na linguagem leve e irreverente”. É notório o emprego de substantivos do campo semântico da “escola”. Temos, logo no vocativo, “educador” e, ao longo do texto, “temas”, “conhecimento”, “sala de aula”, “professor”, “educação” e “escola”. Essas escolhas linguísticas nos permitem inferir a imagem que o sujeito locutor (a editora) faz de si: uma empresa que prioriza o diálogo com a escola. Já a imagem que faz do sujeito interlocutor (o professor) sugere ser a de um grupo que necessita de uma literatura em sala de aula que seja formativa e pragmática.

Mediante a abordagem da ideologia, destacamos do trecho alguns pressupostos e subentendidos que confirmam o exposto acima.

Pressuposto: a Literatura que agrada aos jovens leitores é a irreverente e criativa.

Subentendido: o texto denso não agrada aos jovens leitores; portanto o professor deve escolher os livros da editora que são “leves” e de fácil leitura.

Pressuposto: a editora Panda Books acredita que o professor, assim como ela, é responsável pela educação de qualidade.

Subentendido: a qualidade da educação pode ser alcançada com o uso dos materiais da editora.

Quanto à historicidade no discurso da editora, notamos o processo de sinonímia na utilização das expressões “longa jornada” e “um longo caminho”. A troca desses termos não alteraria o efeito de sentido de acordo com o contexto apresentado. Eles reafirmam o pressuposto de que o professor precisa caminhar junto da editora para obter sucesso

em sala de aula. O mesmo acontece com os termos “novo olhar” e “novidades” que corroboram o discurso da inovação dos produtos da editora.

A carta da Editora Cosac Naify

Vemos um texto bem escrito e que procura dialogar, a todo tempo, com o leitor quando diz: “Quem nos acompanha todos estes anos” ou quando faz a pergunta “Qual pai ou professor pode resistir?”. Por isso, podemos considerá-lo de caráter informal.

Percebe-se, ainda, no desenrolar da leitura, o olhar que o sujeito locutor traz de si: o de ser uma editora que não segrega suas obras literárias por idade. Esse aspecto deve ser destacado, pois, de todos os catálogos investigados, apenas essa editora não fez esse tipo de separação. Fica clara, também, a imagem que o sujeito locutor tem da Literatura: a de que é um espaço de todos, que não deve ser separado por faixas etárias. A distância entre a Literatura infantil e a adulta deve ser encurtada.

Percebemos alguns pressupostos e subentendidos no discurso dessa editora.

Pressuposto: ter autores historicamente consagrados nos catálogos garante uma literatura de qualidade.

Subentendido: os catálogos que se preocupam em trabalhar com autores historicamente consagrados vendem literatura de qualidade.

Pressuposto: a Literatura, para a editora, é território livre para o acesso de todos.

Subentendido: o catálogo da editora não está separado por faixa etária, portanto não é uma editora com intenção pedagógica, didatizante.

Em se tratando da historicidade, vemos a utilização da sinonímia com os termos “universal” e “sem fronteiras” que reafirmam o discurso da editora de não colocar muros na Literatura que vende. Essa sinonímia está inserida numa paráfrase do que, para a

editora, é a Literatura: “um território universal, sem fronteiras de raça, sexo, religião, faixa etária. Um bom livro não se limita a um leitor específico”

A carta da Editora Companhia das Letrinhas

O texto não é explícito ao destinatário professor. Não há vocativo ou diálogos diretos com esse sujeito, porém há opções linguísticas que indicam a destinação do texto à escola.

Os termos “faixas etárias”, “leitores iniciantes” e “ciclo educacional” transitam pelo campo semântico da “escola”. Por isso, podemos dizer que, para esse sujeito locutor, o sujeito interlocutor de sua carta é o professor. A imagem que o sujeito locutor tem de si é a de que quanto mais seu catálogo estiver organizado e separado, melhor será para o professor, o que demonstra a imagem que esse tem do sujeito interlocutor: quanto mais orientação para localizar as obras em catálogos, melhor.

Um discurso presente nessa carta é o psico-cognitivo, que é confirmado pela imagem que o sujeito locutor tem do referente (a literatura infanto-juvenil) cujo compromisso é oferecer ajuda na “capacidade cognitiva”, na “autoexpressão”, no entendimento e na organização do mundo por parte do leitor.

Quanto aos ditos e não-ditos desse discurso, é importante também destacar pressupostos e subentendidos.

Pressuposto: o catálogos anteriores e algumas obras estavam com o visual desgastado.

Subentendido: a reestilização tanto do catálogo como das obras significa uma melhora na qualidade também do texto literário.

Pressuposto: anteriormente, as obras da editora vinham todas em um só volume de catálogos.

Subentendido: o professor prefere que as obras venham separadas num catálogo específico para a Literatura infanto-juvenil, pois, dessa forma, seu trabalho é facilitado, visto que esse não dispõe de tempo para realizar sua seleção.

O discurso da inovação é recorrente nessa editora e pode ser comprovado no processo de sinonímia presente no texto com a utilização dos termos “gráfico novo”, “novidade”, “lançamentos” e “reestilizado”. Além disso, percebemos o processo metafórico na expressão “são esses os livros que a Companhia das Letrinhas se preocupa em oferecer”. O verbo “oferecer”, por um processo de deslizamento, poderia ser substituído por “vender”, porém essa troca causaria mudança de sentido nesse discurso pautado na parceria entre editora e professor, e discreto ao apresentar o lugar empírico de cada sujeito: o de vendedor e o de cliente.

A carta da Editora Brinque-Book

O texto é bastante informal. Faz uso de expressões do dia a dia como “cheio de novidades”, “mais consagrados” e “é com muita alegria”, porém não deixa claro com quem quer dialogar: com o professor, com as livrarias ou com o público em geral.

Somente conseguimos identificar a quem o “você” da última linha da carta se refere, quando observamos, na materialidade linguística do texto, o uso de diversas expressões do campo semântico escolar: “mochila”, “faixa etária”, “caixa alta”, “escolas” e temas transversais.

Outra comprovação do diálogo com o professor está na presença do discurso pedagógico da editora, ao falar da importância do impresso ser um “guia”. Nesse momento, é possível identificar a imagem que se faz do sujeito interlocutor: aquele que precisa de auxílio para escolher as obras que serão adotadas em sua prática docente e que, segundo o sujeito locutor, seja “divertido, prático e de fácil manuseio”.

Há alguns pressupostos e subentendidos importantes para serem expostos.

Pressuposto: é preciso fazer do catálogo um guia de fácil manuseio.

Subentendido: como o leitor professor não tem tempo de selecionar as obras que utilizará, precisa do auxílio da editora.

Pressuposto: a Literatura deve ser separada para cada tipo de leitor.

Subentendido: o leitor só é capaz de encarar a obra literária que foi escrita para sua faixa etária, senão torna-se impossível compreendê-la e aproveitá-la.

A carta da Editora Lê

No geral, temos um texto coerente, bem articulado e de caráter mais formal. “A utilização de alguns termos do campo semântico da psicologia confirma esse aspecto: “idade cronológica”, “estágio de amadurecimento”, “afetivo-intelectual”, “estágio de conhecimento”, e “mecanismo de leitura”.

Através da abordagem da ideologia, destacamos do trecho alguns pressupostos e subentendidos que nos mostrarão o discurso antipedagógico desse sujeito.

Pressuposto: a editora sempre se dedicou à Literatura infanto-juvenil.

Subentendido: a editora continua a dedicar-se a essa Literatura e, por isso, garante a qualidade do trabalho.

Pressuposto: é importante separar o catálogo por faixas etárias para orientar o leitor, porém essa atitude pode comprometer a imagem da editora perante esse leitor.

Subentendido: é preciso separar, mas deve-se justificar ao leitor o porquê dessa separação, argumentando essa escolha.

No processo da historicidade, por meio da paráfrase no final de seu texto, a editora corrobora a imagem que fez de si no início da carta, a de ser uma empresa que prioriza a “produção de uma literatura cada vez mais identificada com o prazer de ler”, por meio desta paráfrase: “imaginar, conhecer, alargar horizontes e questionar, para que sua

leitura – além de prazerosa – o instigue a construir e reconstruir a PALAVRA, que nos torna mais humanos, de modo a usufruirmos todos uma vida sempre melhor”.

A editora faz o discurso de não apoiar a separação por faixas etárias e, num processo metafórico, muda a expressão “etária”, pelas expressões “pré-leitor”, “leitor iniciante”, “leitor em processo”, “leitor fluente” e “leitor crítico”, pautada sob o discurso psicocognitivo.

Diante do exposto, fica evidente que as editoras utilizam os catálogos como uma importante ferramenta na estratégia de conquista dos adultos. Nessa perspectiva, a escola está sempre presente, quer seja direta, indireta ou mesmo implicitamente. Assim, os profissionais da educação tendem a se sentir familiarizados com a linguagem utilizada, o que, sem dúvida, representa um passo importante na sedução desses mediadores.

Agrupamento 3 - Os catálogos e seus índices

A utilização de índices na configuração dos catálogos é um aspecto interessante a ser discutido. Por ser esse impresso uma espécie de *guia* para o leitor, sua utilização torna-se imprescindível à dinamização do acesso à leitura, porém, os índices criados pelas editoras não são desprovidos de intenções. Não se almeja apenas facilitar o acesso, é evidente o propósito de direcionar, ao máximo, a leitura do catálogo para as necessidades do universo escolar. É por isso que esses índices são categorizados por faixa etária e por temas transversais. Há, ainda, a separação por ilustradores e autores que, além de atender ao público escolar, atende também ao público que seleciona livros por meio do critério da excelência desses profissionais.

Nos catálogos em questão, temos o seguinte panorama: índice por títulos, por ilustradores, por autores, por temas e por faixa etária.

Naturalmente, por ter a função de catalogar e organizar um acervo, é comum o uso do *índice* por títulos nos catálogos de editoras. Entretanto, é interessante notar que, fora essa categorização, há outras formas não só de facilitar o manuseio do material de divulgação, mas também de orientar a escolha do leitor, principalmente, se ele for professor. Por isso, é comum encontrarmos índices por autores, ilustradores e faixa etária.

Dos oito impressos, apenas dois não possuíam *Índice por autores*, o que demonstra que as editoras sabem o quanto pesa o nome de um ou de outro autor no momento da escolha do leitor. Afinal, o senso-comum constrói relações diretas: se o autor é bom, de sucesso, a obra também é boa.

Por outro lado, apenas três catálogos utilizaram o *Índice por Ilustradores*, levando-nos a pensar que essas editoras não apostam na força do nome do ilustrador tal como apostam no autor, pensamento equivocado e que contradiz a concepção de que, notadamente na literatura infanto-juvenil, o ilustrador é também ator principal. Como prova da importância desse profissional, vale mencionar as seguintes categorias de premiações: livro de melhor imagem, melhor projeto editorial, ilustrador revelação e a melhor ilustração (FNLIJ⁴²); projeto gráfico, ilustração de livro infantil ou juvenil e capa (Jabuti).

A importância e o peso da ilustração nos livros de literatura infanto-juvenil já foram discutidos com consistência por Faria (1992), Camargo (1995) e Lins (2002). Devemos lembrar, ainda, que as mudanças ocorridas no campo da ilustração infantil vêm ocorrendo desde a edição do primeiro livro infantil ilustrado de que se tem notícia no país: *o Patinho Feio*⁴³. Na capa dessa obra, havia o nome do autor, mas não o do ilustrador. Hoje, o lugar desses dois profissionais encontra-se bem definido e, por isso, na maioria das capas, encontra-se o nome de ambos.

42 Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil

43 SANTOS, Neide Medeiros. Crítica literária da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil na Paraíba em seu blog <http://nastrilhasdaliteratura.blogspot.com/>.

Na obra de Ieda de Oliveira⁴⁴, o ilustrador Maurício Veneza explica a importante relação entre texto e imagem e, por conseguinte, de ilustradores e autores:

A relação entre imagem e texto na obra literária não deve ser de vassalagem, e sim de associação. A analogia mais simples que me ocorre é com a música popular. A música de Tom Jobim, por exemplo, tem força própria e independente, assim como os versos de Vinícius de Moraes. Mas, quando se juntam, formam uma terceira coisa que difere das duas anteriores e que não existiria sem essa associação. O mesmo acontece com o livro ilustrado. (OLIVEIRA, 2008, p. 185).

É comum a presença de autores e ilustradores de livros infantis nos catálogos, contribuindo com textos, sugestões ou algumas palavras sobre leitura e literatura. Do montante investigado, apenas a editora *Panda Books* utilizou essa estratégia para atrair o leitor e legitimar sua produção, por meio da fala do “especialista do livro”.

O *índice por temas* é mais uma forma de categorizar o acervo dos catálogos, orientando seu manuseio. Essa categorização, juntamente da por faixa etária, são claras demonstrações de vinculação entre a editora e a escola, visto que é do interesse do universo escolar trabalhar com temáticas, temas transversais e, ainda, com livros adequados àquela ou essa faixa etária.

Nos catálogos analisados, temos a seguinte situação: 87,5% utilizam o índice por títulos, 75% empregam índice por autores, 50% índice por temas e 37,5% índice por ilustradores e por faixa etária.

44 OLIVEIRA, Ieda de. O que é qualidade em ilustração no livro infantil e juvenil: com a palavra o ilustrador. São Paulo, DCL, 2008.

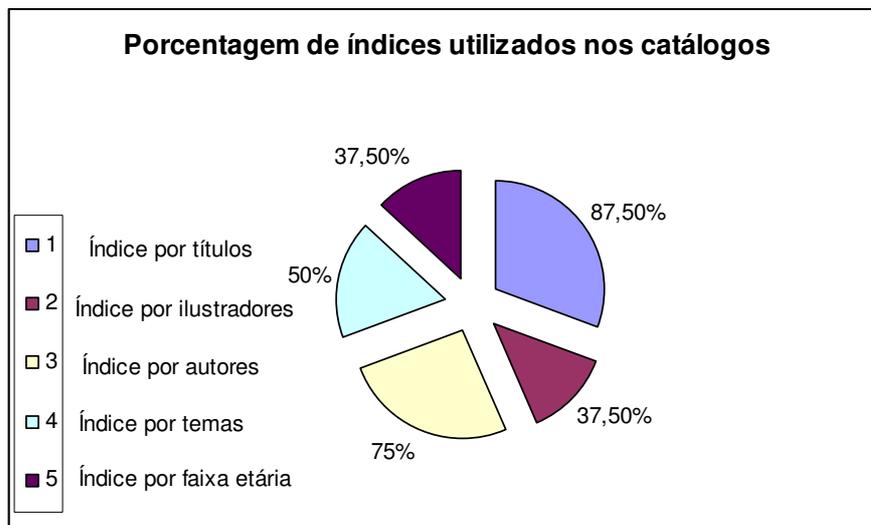


Gráfico 1 – Índices dos catálogos

A segmentação de *índice por faixa etária* merece destaque, já que a discussão a respeito das fronteiras de idades é de suma importância nos debates sobre a Literatura. Nossa sociedade sempre demonstrou dificuldade em separar o infantil do juvenil. Apesar das crianças e adolescentes apresentarem seus modos específicos de comportamento, a definição dessas etapas do desenvolvimento humano não tem suas fronteiras bem definidas. Segundo a especialista Leila Maria Ferreira Salles, do Departamento de Educação do Instituto de Biociências da Universidade Estadual Paulista,

Os critérios geracionais utilizados para descrever os indivíduos nas diferentes etapas da vida não dão mais, sozinhos, conta de abarcar toda a complexidade da sociedade atual, assim, o conceito de geração deve ser problematizado. (SALLES, 2005, p.1).

Até mesmo no dicionário *Aurélio* a palavra adolescência é encontrada com dois sentidos. O primeiro a define como o período da vida humana entre a puberdade e a virilidade, dos 14 aos 25 anos. Já o segundo aponta para o período que se estende da terceira infância até a idade adulta, caracterizado psicologicamente por intensos processos conflituosos e persistentes esforços de autoafirmação, correspondendo à fase de absorção dos valores sociais e elaboração de projetos que impliquem plena integração social. Posto isso, fica clara a complexidade em se definir faixas etárias.

A criação dessas categorizações se torna ainda mais problemática quando se trata da literatura, um produto de caráter sócio-cultural e não fisiológico. Apesar da dificuldade em se definir fronteiras entre as etapas da vida, no meio editorial essa diferenciação é feita indiscriminadamente por muitas editoras. Ela é percebida com frequência nos catálogos que ora são chamados de *Catálogos de Literatura Infantil*, ora são denominados *Catálogos de Literatura Juvenil* ou, ainda, *Catálogos de Literatura Infanto-Juvenil*.

Desde a formação de nosso mercado editorial infanto-juvenil, no início do século XX, essa segmentação já era observada. Soares (2007) nos faz saber que, já na década de 1920, o catálogo da Editora Melhoramentos apresentou uma seção dedicada ao universo infantil e separada por idade: “O catálogo indicava a coleção para crianças entre 8 e 12 anos e a inseria na seção de ‘Livros Infantis’” (p. 128). Na década seguinte, no catálogo da Companhia Editora Nacional, esse segmento também fora contemplado em suas páginas: “O título integrava a ‘Nova coleção de livros infantis’ do catálogo da editora de 1939.” (p. 306).

No entanto, entre os especialistas, essa categorização não é tão simples assim. Ceccantini (2004), em artigo intitulado *Leitura e literatura infanto-juvenil*, datado de 2004, ao tratar da definição do gênero literatura infantil e juvenil, cita Townsend apud Hunt, 1990, para dizer:

Trata-se de um tipo de literatura cujas fronteiras são muito nebulosas; não pode ser definido por características textuais, seja de estilo, seja de conteúdo, e seu público principal, a ‘criança-leitora’, é igualmente escorregadio. Como um outsider do universo acadêmico, não se encaixa nitidamente em nenhuma das disciplinas estabelecidas e tem sido certamente esnobado por algumas delas. (...) A única definição prática, hoje, para um livro infantil – por absurdo que isso possa soar – é de que é um livro que faz parte de um catálogo de livros infantis de uma editora. (p.57)

Além de realizar à revelia essa delimitação de fronteiras entre o infantil e o juvenil, as editoras, pelo fato de o professor nem sempre ter tempo suficiente para analisar títulos e selecionar algum em especial para trabalhar com seus alunos, amenizam essa

dificuldade do educador, distribuindo catálogos de livros que agrupam e segmentam ainda mais a literatura, seja de acordo com a série, o ciclo ou, ainda, por meio dos temas e assuntos. As editoras, portanto, sabendo dessa demanda, não hesitam em separar suas obras por esses ou outros critérios que lhes pareçam conveniente.

É importante destacar que, das oito editoras, seis agrupam as obras de acordo com a série ou faixa etária do leitor, seja por meio de índices ou no próprio ‘miolo’ do catálogo. As nomenclaturas dessas segmentações são diversas: *ciclo escolar* (Editora Companhia das Letrinhas); *pré-leitor, leitor iniciante, leitor em processo, leitor fluente, leitor crítico* (Editora Lê); *Educação Infantil, Ensino Fundamental, Ensino Fundamental I e Ensino Fundamental II* (Editora Berlendis); e por idades (Editoras Brinque-Book, Callis, Panda Books e Biruta).

Apenas uma editora não usa nenhum critério de separação para suas obras, a Cosac Naify, que, ademais, explicita essa escolha em sua carta de apresentação, defendendo que “um bom livro não se limita a um leitor específico”:

Um projeto editorial coerente leva anos para ser realizado. Este quarto catálogo infanto-juvenil da Cosac Naify torna mais claro o caminho que procuramos trilhar: diminuir a distância entre o livro infantil e o adulto. Dentro desta perspectiva, a literatura é um território universal, sem fronteiras de raça, sexo, religião, faixa etária. Um bom livro não se limita a um leitor específico.⁴⁵

Após elencarmos as formas de utilização de índices e suas categorizações pelas editoras investigadas, podemos concluir que, ainda que o catálogo não esteja endereçado diretamente ao professor por meio de sua carta de apresentação, sua configuração interna confirma a destinação desse objeto ao universo escolar, portanto, trata-se, inegavelmente, de um documento escolarizado.

Outros agrupamentos - As resenhas; a segmentação por faixa etária e temática e as premiações

⁴⁵ Carta de apresentação da Editora Cosac Naify.

Todos os catálogos divulgam suas obras apresentando capa, dados técnicos e uma pequena resenha. Esse formato se repete em todas as editoras investigadas. As resenhas caracterizam-se por ser um texto simples e acessível. Algumas se mostram mais formais que outras, mas nenhuma arrisca textos muito desafiadores ou caracterizados pela erudição. Isso se deve à necessidade de eficácia no alcance ao leitor-professor. Esse, ao manusear catálogos para seleção de obras, busca praticidade e dinamismo, pois precisa, diante de tantos impressos e obras, “acertar” em suas escolhas.

Dos catálogos observados, seis possuem resenhas que dialogam com o adulto mediador de leitura. São curtas, objetivas e usam uma linguagem formal. Já as editoras *Brinque-Book* e *Biruta* têm resenhas que parecem estar voltadas para os leitores de seus livros: os jovens e as crianças.

A *Brinque-Book*, por exemplo, traz em suas resenhas muitas frases interrogativas que produzem no leitor a sensação de diálogo e a expectativa de uma resposta. A perspectiva infantil é inequívoca:



Figura 20 – Detalhe de um catálogo e sua resenhas

A palavra “você” está direcionando o texto ao pequeno leitor. A resenha assemelha-se ao tipo de texto presente em sinopses. Nesse caso, não seria a criança a destinatária do catálogo; portanto, podemos dizer que há um estranhamento na tentativa de comunicação iniciada pelo impresso. Essa incoerência pode ser constatada pela carta de apresentação da editora que, como visto, destina-se, ainda que não diretamente, ao professor.

A mesma proposta está presente no catálogo da editora *Biruta*:

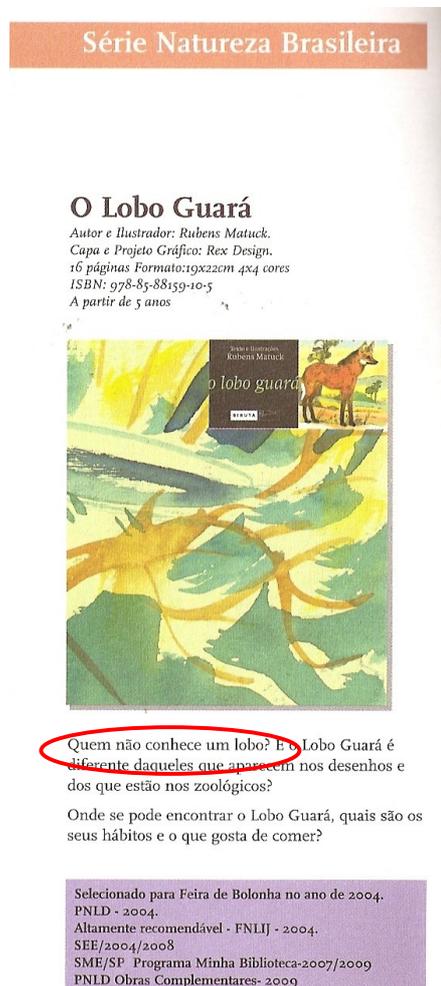


Figura 21 – Detalhe de um catálogo e sua resenhas

O uso das frases interrogativas é recorrente. Isso nos permite inferir, também, sobre a intenção da editora de dialogar com o leitor de seus livros, a criança. Porém, contraditoriamente, todo o resto do catálogo está voltado para o público adulto, haja vista a segmentação das obras por coleções ou temáticas. Sendo assim, existe um equívoco entre o destinatário dos catálogos (adultos e, no mais das vezes, professores) e o consumidor final dos livros (a criança ou jovem).

Outros aspectos presentes nos catálogos corroboram seu endereçamento escolar, tais como a separação das obras por faixas etárias e temas.

Dos catálogos analisados, apenas um não faz referência à faixa etária e aos temas para suas obras, a Cosac Naify. Essa editora é realmente uma exceção no conjunto examinado. Os únicos indícios de que seu material de divulgação destina-se ao universo escolar estão presentes em um trecho de sua carta de apresentação, “A partir do lançamento de ‘Era uma vez uma capa’, obra de referência fundamental para críticos, professores, bibliotecários e pesquisadores [...]”, e no índice por *palavras-chave* ao final de seu catálogo, que traz temáticas abordadas por suas obras (leitura, tolerância, separação, preconceito etc.).

Esses dois agrupamentos são os que mais reforçam o endereçamento escolar dos catálogos; afinal, que outro leitor se interessaria mais diretamente pela separação por faixas etárias e temáticas que o escolar? As editoras, mesmo aquelas que não revelam esse endereçamento em suas cartas de apresentação (texto apropriado para tal por apresentar um vocativo), não conseguem fugir dessa proposta no restante da formatação de seus catálogos.

Algumas editoras até tentam se esquivar das nomenclaturas “faixas etárias” ou “temas transversais”. Nesses casos, utilizam termos como *Leitor Iniciante*, *Leitor em Processo*, *Leitor Crítico*⁴⁶, possivelmente, com o objetivo de parecerem um pouco mais próximas da perspectiva literária que didática.

Por outro lado, a maioria dos catálogos não oculta seu diálogo com o público escolar. Essa estratégia fica explícita nas categorizações: *Ciclo escolar*⁴⁷, *Educação Infantil*, *Ensino Fundamental I*, *Ensino Fundamental II*, *Ensino Médio*⁴⁸. Provavelmente, as editoras que buscam tal interação são influenciadas pelos altos valores que a relação mercado editorial e escola, por meio das compras governamentais, produz. A título de

46 Editora Lê

47 Editora Companhia das Letrinhas.

48 Editora Berleendis.

ilustração, vale mencionar que os números de 2009 indicam que, das vendas totais de exemplares, 370.938.509, o Governo contribuiu com 142.234.221 (36,4%)⁴⁹.

Finalmente, há uma estratégia editorial presente em 100% dos catálogos analisados: a indicação das premiações recebidas pelas obras.

Segundo Eco (1986), durante a produção de um texto, o autor precisa prever quais serão os caminhos de leitura feitos pelo leitor. Para orientá-lo, propositalmente, ele utiliza estratégias textuais que, de uma forma ou de outra, controlam o percurso da leitura. Nos catálogos, a marca gráfica que indica se a obra foi premiada, informação presente ao lado das resenhas de cada livro, é uma dessas estratégias.

A orientação proposta através dessas estratégias visa imprimir no leitor os sentidos desejados pelo autor no momento da produção. Chartier (1994), convergindo com Eco, defende que existem, de fato, intenções do autor na produção de textos. Contudo, o pesquisador francês indica que outras intervenções também estão presentes em um texto: decisões de editores, ilustrações, técnicas utilizadas, disposição do texto etc.

Nesse caso, as editoras, querendo atrair seu leitor, não exibem apenas as premiações mais conhecidas, como o Prêmio Jabuti e o Altamente Recomendável da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil⁵⁰ (FNLIJ). Também destacam as obras que foram selecionadas para programas de incentivo à leitura, sejam eles nacionais Programa Nacional Biblioteca da Escola⁵¹ (PNBE), estaduais ou municipais. Outras criam, dentro da própria empresa, premiações e as exibem como se fossem realizadas por terceiros. Há editoras que mostram, inclusive, se o título foi usado ou citado em algum livro didático que tenha sido selecionado pelo Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), fazendo com que o leitor pense que a obra também passou pelo crivo da seleção juntamente do livro didático.

49 Dados retirados do Relatório anual FIPE 2009: "Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro, 2009".

50 A premiação da FNLIJ, Altamente Recomendável, é uma das mais importantes do país e é realizada por votantes de todo o Brasil. Dentre eles estão professores de importante universidades, pesquisadores da área da Literatura e especialistas em Literatura.

51 A seleção dos livros pelo PNBE é feita de ma maneira diferente. Os livro serão destinados à escola e é a universidade a responsável por selecionar tais obras.

Salvo as premiações que são feitas com a lisura que as compete e com a qualidade necessária para tal, um leitor mais desatento deixa-se levar pelo magnetismo dos “prêmios” recebidos e, ludibriado por algumas “armadilhas”, acredita na qualidade de determinada obra.

Notamos que nenhum catálogo esclarece para o leitor, seja ele professor, pai, ou mesmo jovem, o que são essas premiações. Resta-nos pensar que as editoras dos catálogos endereçados aos professores subtendem que esse profissional tem conhecimento prévio das premiações. No entanto, há casos de editoras cujos catálogos não se endereçaram especificamente a nenhum público. Essas poderiam ter um cuidado maior e abrir um canal de comunicação com o leitor, explicando a importância de cada premiação, mas isso não aconteceu.

Dessa maneira, podemos constatar que, no desenvolvimento desse material de divulgação, não há a preocupação em esclarecer para o leitor, independente de quem ele seja, que premiações são essas presentes nas páginas do impresso. Interessa, apenas, indicá-las, contando com a “boa vontade” do leitor em acreditar que todas são premiações do mesmo nível, com critérios semelhantes e crivos rigorosos.

Quanto ao recurso gráfico utilizado para destacar as premiações, é possível perceber diferentes situações. Há editoras que usam cores diferentes, estrelas, faixas ou medalhas. De todos os catálogos investigados, apenas dois utilizaram marcas gráficas diferentes para as premiações. *Biruta* e *Berlendis* hierarquizam as premiações e, de acordo com o grau de importância dessa ou daquela, variam a marca gráfica.⁵²

⁵² As editoras Berlendis e Biruta fazem distinção entre as premiações: a primeira elege o “troféu” para o Prêmio Jabuti e a segunda a “estrela” para o Jabuti e o Altamente Recomendável da FNLIJ.

Mistérios da Pindorama

Autores: Marion Villas Boas
Música: Ricardo Villas
Ilustrações: Marcelo Pimentel
Produção: Cultmix
64 páginas Formato: 21x26 cm
ISBN: 978-85-88159-02-0
A partir de 9 anos



O Livro e o CD permitem trabalhar com várias formas de expressão: literatura, artes plásticas e artes gráficas – para atingir seu objetivo principal de proporcionar ao leitor/ouvinte oportunidades de diversão e de apreciação artística, de conhecimento sobre as manifestações culturais brasileiras e, também, de reflexão sobre os problemas ecológicos que ocorrem em nossas matas.

Prêmio FNLIJ – Altamente Recomendável – 2001
White Ravens – Biblioteca de Munique – 2001
Programa Livro Aberto – Biblioteca Nacional – 2004
PNLD – 2004
PNBE – 2005



TEXTÓ
Umberto Eco

ILUSTRAÇÃO
Eugenio Carmi

112 páginas
16 x 23 cm
ISBN: 978-85-7723-007-5

TRÊS CONTOS

Umberto Eco, um dos maiores pensadores do nosso tempo, dedica-se aqui a dar um recado de responsabilidade e solidariedade às crianças. Em três fábulas, alerta-nos para a gratuidade da guerra, para a estupidez da competição irracional entre as nações e seres humanos de um mesmo planeta, e, por fim, sobre o cuidado com que devemos tratar a Terra, em vez de sujeitá-la à mais predatória exploração. Ilustrado com belíssimas colagens do artista plástico Eugenio Carmi, pode-se dizer que este é um livro do qual leitores de todas as idades tiram proveito.



Selecionado para o Programa Livro Aberto, Fundação Biblioteca Nacional



Meio Ambiente, Saúde, Ética.



Ensino Fundamental I
Língua Portuguesa,
Ciências Naturais,
História, Geografia.

Figura 22 - Detalhes das premiações em dois catálogos

No país, as premiações mais populares são o Prêmio Jabuti e os da FNLIJ. O primeiro nasceu por volta de 1957, em um período desafiador para o mercado editorial, com poucos recursos e falta de articulação no segmento. Naquela época, apesar das dificuldades, Edgar Cavalheiro, então presidente, e Mário da Silva Brito, secretário, mostraram-se entusiasmados em premiar autores, editores, ilustradores, gráficos e livreiros que mais se destacassem a cada ano, criando, assim, o maior prêmio da Literatura Brasileira.

Já a FNLIJ foi criada em 23 de Maio de 1968 e é a seção brasileira do International Board on Books for Young People (IBBY). Constitui-se como uma instituição de direito privado, de utilidade pública federal e estadual, de caráter técnico-educacional e cultural, sem fins lucrativos, estabelecida na cidade do Rio de Janeiro. Sua missão é promover a leitura e divulgar o livro de qualidade para crianças e jovens, defendendo o direito dessa leitura para todos, por meio de bibliotecas escolares públicas e comunitárias.⁵³

No entanto, as editoras não se limitam a indicar apenas esses prêmios. Alcançá-los é tarefa difícil e nem todas as conseguem; então, elas buscam alternativas para destacar suas obras em catálogos e não ficarem “para trás” no quesito *Obras Premiadas*. Desse modo, as editoras apresentam a indicação das obras por programas de incentivo à leitura, como o PNBE, ou por secretarias municipais e estaduais de educação. Sendo assim, as empresas têm um leque maior de opções para “premiarem” suas obras e destacarem-nas dentre outras.

Diante do exposto, podemos concluir que não só a presença das premiações recebidas, das cartas de apresentação, dos diversos tipos de índices (por títulos, por ilustradores, por autores), mas também a separação das obras por temáticas e faixas etárias nas

53 Para obter outras informações sobre a FNLIJ, ver Da Costa, Cristiane Dias Martins. *Literatura premiada entra na escola? A presença dos livros premiados pela FNLIJ, na categoria criança, em bibliotecas escolares da Rede Municipal de Belo Horizonte*. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade Federal de Minas Gerais Belo Horizonte, Faculdade de Educação, 2009.

páginas dos catálogos, confirmam o endereçamento escolar desse impresso ao público escolar e, especificamente, aos professores.

Toda essa formatação didática dos catálogos deve-se a mais uma tentativa das editoras de orientar o leitor (professor), por vezes perdido em meio à avalanche de obras produzidas. Assim, diante de um “labirinto bibliográfico”, as editoras adotam “as colunas, os comentários, as resenhas, as notas, as famosas “listas dos mais vendidos”, os suplementos de cultura e cadernos “b” nos jornais [...]. E os catálogos de literatura infantil.” (PELLEGRINI, 1997, sem página)

Nesse sentido, resta-nos investigar as origens da literatura infantil a fim de enxergar o motivo de sua forte relação com ambiente escolar.

CAPÍTULO 3 – O MERCADO EDITORIAL E SEU ENDEREÇAMENTO ESCOLAR

Este capítulo pretende lançar um olhar sobre o surgimento da Literatura infantil e juvenil no Brasil, problematizando seu laço com a escola. Apresentaremos, ainda, uma retrospectiva das políticas públicas de incentivo à leitura no país. Sobretudo, é intenção refletir sobre a relação entre o crescimento dessas políticas e o aumento dos investimentos das editoras em seus produtos.

3.1 - Literatura infanto-juvenil e escola: um laço ou um nó?

A Literatura infanto-juvenil genuinamente brasileira surgiu muito tempo depois da imprensa aqui se firmar. Trezentos anos foram necessários para que tivéssemos um prelo em nosso território e mais um século para que os primeiros textos destinados aos pequenos leitores ganhassem vida.

Sabe-se que os primeiros textos infantis que aqui chegaram foram traduções dos clássicos europeus. A circulação da literatura estrangeira permaneceu exclusiva até que um fazendeiro paulista percebeu que as fábulas precisavam ser ‘abrasileiradas’ e decidiu escrevê-las usando, como personagens, animais de nossa fauna. A inovação foi implementada por Monteiro Lobato e esse foi o incentivo que a indústria editorial infantil precisava para se desenvolver. Desde então, Lobato é considerado o maior escritor infanto-juvenil da história do país.

A literatura infantil praticamente não existia entre nós. Antes de Monteiro Lobato havia tão somente o conto com fundo folclórico. Nossos escritores extraíam dos vetustos fabulários o tema e a moralidade das engenhosas narrativas que deslumbraram e enterneceram as crianças das antigas gerações, desprezando, frequentemente, as lendas e tradições aparecidas aqui, para apanharem nas tradições européias, o assunto de suas historietas. (CAVALHEIRO, 1972, p. 144)

Na verdade, a Literatura infanto-juvenil já existia antes de Lobato, mas a grande maioria das obras lançadas tinha intenções visivelmente pedagógicas, ou seja, estavam, de uma forma ou de outra, vinculadas às escolas e à pedagogia de um modo geral.

Segundo levantamento de Nelly Novaes Coelho (1991), as primeiras obras escritas no Brasil para crianças que antecederam o pioneirismo literário de Lobato foram: *O livro do Povo* (1861), de Antônio Marques Rodrigues; *O Método Abílio* (1868), de Abílio César Borges; *O amiguinho Nhonhô* (1882), de Meneses Vieira; *Série Instrutiva* (1882), de Hilário Ribeiro; *Contos Infantis* (1886), de Júlia Lopes de Almeida; *Livros de Leitura e Série Didática* (1890), de Felisberto de Carvalho; *Coisas Brasileiras* (1893), de Romão Puiggari; *Série Puiggari/Barreto* (1895), de Romão Puiggari/Arnaldo de Oliveira Barreto; *Cartilha das Mães* (1895), de Arnaldo de Oliveira Barreto; *Livros de Leitura* (1895), de João Kopke; *Antologia Nacional* (1895), de Fausto Barreto e Carlos de Laet; *Contos da Carochinha* (1896), de Figueiredo Pimentel; *Livro das Crianças* (1897), de Zalina Rolim; *O Livro da Infância* (1899), de Francisco Júlia; *Leituras Infantis* (1900), de Francisco Vianna; *O Tico-Tico* (1905); *As Nossas Histórias* (1907), de Alexina de Magalhães Pinto; *Páginas Infantis* (1908), de Presciliana Duarte de Almeida; *Era Uma Vez* (1908), de Viriato Correia; *Através do Brasil* (1910), de Olavo Bilac e Manuel Bonfim; *Biblioteca Infantil* (1915), de Arnaldo de Oliveira Barreto; e *Saudade* (1919), de Tales de Andrade.

Todas essas obras, em regra, dedicavam-se, como dito, a uma leitura pedagogizada. Sob o pretexto de literárias, tais títulos, na verdade, almejaram instruir e mostrar às crianças como se comportar e, ainda, ensinar-lhes que o certo pertencia ao mundo dos adultos. Assim, não pretendiam introduzir os pequenos leitores ao mundo da fantasia. Excepcionalmente, convém citar a revista *O Tico-Tico* e *Contos da Carochinha*.

Nos livros infantis das Bibliotecas de Pedro Quaresma e Francisco Alves ensinavam-se as “artes da gabolice”, do “bem comportar-se”, transmitiam-se os atributos de uma função autoral “*smart*”, para o bom desempenho da qual os autores assumiam uma posição social “*emboncada*”, estreitando as relações entre o brincar infantil e a criação poética. (LEÃO, 2003, p.3)

Segundo Coelho (1991), “toda essa experiência literária vai-se dar, inicialmente, no âmbito do ensino escolar. Literatura e Pedagogia desenvolvem-se fortemente unidas.” (p.205). Dessa relação, nasce o próspero casamento entre o mercado editorial infantil e a escola. Uma relação, de acordo com SOARES (2007), “com pretensões didáticas e moralizantes.” (p. 22).

Como dito, as obras destinadas às crianças eram as traduções dos contos clássicos e das fábulas europeias. O gênero, literatura infantil, passou a ser prestigiado e receber progressivamente um maior número de escritores brasileiros após as publicações de Tales de Andrade e Monteiro Lobato. Tal fato nos permite dizer que essa literatura “[...] não teve origem popular, nem aparecimento espontâneo: seu surgimento foi induzido, patrocinado pelos autores que escreveram livros para crianças no período de transição entre os séculos XIX e XX.” (LAJOLO e ZILBERMAN, 1993, p. 61).

Esse cenário pode ser explicado pela ausência de prestígio da produção literária infantil. O que realmente atraiu os escritores para esse segmento foi o crescente mercado escolar:

Porém, como para circular nas salas de aula, era preciso, além de espontaneidade e imaginação, adequar-se aos cursos vigentes e aos programas curriculares, a fantasia e a criatividade foram indiretamente disciplinadas, favorecendo o Estado que, assim, controlava de alguma maneira a produção de livros destinados à infância. (Idem, p. 62)

Houve, através de Monteiro Lobato, a possibilidade de se “endireitar” a Literatura destinada às crianças. A partir dele, reconstruíram-se novas propostas, novas crenças e fantásticas aventuras. O escritor foi um dos muitos tradutores do acervo estrangeiro que aqui chegavam aos montes, e foi ele quem permitiu que nossa Literatura infantil ganhasse um perfil próprio. O criador do Sítio foi, indubitavelmente, o divisor de águas da produção literária destinada aos pequenos leitores no Brasil.

Exemplo disso está em uma de suas cartas trocadas com seu grande amigo Godofredo Rangel, por volta de 1916. Nela, o autor revela seu desejo de construir uma Literatura Infantil legitimamente brasileira e romper com nossa dependência cultural com as obras vindas da Europa:

Ando com várias ideias. Uma: vestir à nacional as velhas fábulas de Esopo e La Fontaine, tudo em prosa e mexendo nas moralidades. Coisa para crianças. [...] Ora, um fabulário nosso com bichos daqui em vez dos exóticos, se for feito com arte e talento, dará coisa preciosa. [...] Fábulas assim, seriam um começo da literatura que nos falta. Como tenho um certo jeito para impingir gato por lebre, isto é, habilidade por talento, ando com ideia de iniciar a coisa. (A barca de Gleyre, 1968, 2º tomo, p. 104).

Esse fragmento de carta data de setembro de 1916. Quatro anos mais tarde, é lançado pela própria editora do autor, *Lobato & Cia, A Menina do Nariz arrebitado*, o primeiro de muitos livros infantis do escritor, comprovando que sua sensibilidade para “a coisa” foi certa.

Nos dez anos que se seguiram, o mercado editorial infantil brasileiro ainda se viu atrelado à escola e dependente do esforço criativo de nomes, como Lobato, para lançar obras com verdadeiros traços estético-literários.

Nas décadas de 1930 e 1940, houve um imenso esforço para organizar o país como um todo, e a educação não estava fora dos planos: “A revolução de 30 (que depôs Washington Luís e levou Getúlio Vargas ao poder) já encontrou o terreno preparado para a renovação educacional, revolucionária, que se fazia urgente.” (COELHO, 1991, p. 240). Já no ano de 1930, foi criado o Ministério da Educação e Saúde Pública e organizado o I Congresso Católico de Educação. Posteriormente, com a Constituição de 37, estabeleceram-se as bases democráticas da Educação Brasileira e, à época, foram criados o Instituto Nacional do Cinema Educativo, o Instituto Nacional de Estudos Pedagógicos e o Serviço Nacional de Radiodifusão Educativa⁵⁴.

A Literatura infantil, por sua vez, permanecia de mãos dadas com esse novo panorama educacional e, portanto, gozava de total *intencionalidade pedagógica*⁵⁵, salvo raras exceções.

O país passou pela expansão e consolidação dos quadrinhos nos anos 1940 e se deparou com a crescente intenção de civilizar as crianças, tornando-as cidadãs de um país moderno e organizado. As reformas educacionais continuavam acontecendo e a Literatura seguia seus passos. O literário, já prejudicado pela escassez de adeptos, perdeu cada vez mais espaço para o didático, pois vigorava, naquela ocasião, a

54 Ver mais detalhes em COELHO (1991)

55 Ver COELHO, 1991, p. 241.

intenção pragmática da educação. Tal fato dificultou ainda mais a vida da Literatura fantástica, naquele período:

[...] surge um tipo de literatura para crianças e jovens que procura eliminar, de sua gramática narrativa, as 'irrealidades', o extraordinário e o maravilhoso que sempre caracterizaram a Literatura Infantil. Fadas, bruxas, duendes, talismãs, gênios, gigantes, castelos, princesas ou príncipes encantados, etc, foram sistematicamente combatidos como 'mentiras'. (COELHO, 1991, p. 247).

Para piorar a situação, as obras de Lobato foram proibidas de circular em colégios religiosos, já que, segundo os responsáveis pelo nosso desenvolvimento educacional, eram maléficas à infância.

Felizmente, essa atrocidade literária findou poucos anos depois e o resgate da fantasia na literatura infantil aconteceu nos anos 1950. As novas produções herdaram, das décadas anteriores, o realismo e produzem obras como *Aventuras de Xisto*, de Lúcia Machado de Almeida. Outros autores são agregados ao elenco dos já existentes e reforçam o exército de escritores. Aparecem, nesse cenário, nomes como Teresinha Casasanta, Maria José Dupré e Gilda Figueiredo Padilha, acrescidos de Camila Cerqueira César, Elos Sand, Edy Lima, Francisco Martins, etc. Todos eles, de uma forma ou de outra, lutavam para agradar a gregos (ao Estado) e troianos (a estética literária).

Fazendo um balanço, pode-se dizer que a Literatura infantil vivia uma fase bastante positiva em meados do século XX, mesmo depois de um período marcado pelo pragmatismo e didatismo nos anos 1930 e 1940.

O mercado editorial brasileiro seguiu as mudanças políticas e sociais ocorridas na segunda metade do século XX e pôde, na década de 1950, ver a produção gráfica crescer 143% e receber incentivos para a indústria do papel nacional, além de obter isenções de impostos sobre o livro.

Nos anos 1960, por sua vez, inicia-se uma disputa que até hoje é digna de grandes embates: Literatura *versus* mídia televisiva. Essa última atraía cada vez mais público. A

população que ainda se familiarizava com a leitura era facilmente atraída por seu entretenimento banalizado. Além disso, aparecem os eventos políticos para complicar a vida da indústria cultural como um todo. A ditadura militar trouxe sua voraz censura para a batalha.

No campo cultural instalou-se a autoridade implacável da censura: centenas de peças teatrais, letras de músicas, [...] foram proibidas. [...] O mesmo aconteceu com os livros, considerados perigosos veículos de idéias contestatórias. O arbítrio dos censores condenou uma infinidade de títulos, tendo como consequência a apreensão de inúmeras edições e a prisão de diversos autores e editores. (PAIXÃO, 1996, p. 142).

Por outro lado, contraditoriamente, foi também nesse período que se multiplicaram órgãos e instituições voltados para o fomento da leitura:

É por essa época que nascem instituições como a Fundação do Livro Escolar (1966), A Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil (1968), o Centro de Estudos de Literatura Infantil e Juvenil (1973), as várias Associações de Professores de Língua e Literatura, além da Academia Brasileira de Literatura Infantil e Juvenil, criada em São Paulo, em 1979. (LAJOLO e ZILBERMAN, 1993, p. 123).

É importante lembrar que o país vinha, há algumas décadas, se modernizando e urbanizando. Fruto disso, a população escolar e a demanda cultural cresceram. Autoridades, professores e editores, interessados cada um em sua medida com a circulação de livros, mobilizavam-se para solucionar um problema que até hoje nos aflige: o baixo índice de leitura da população.

Foi também, nos idos dos anos 1960, no governo de João Goulart, que a primeira Lei de Diretrizes e Bases (LDB) foi criada. A LDB já havia sido prevista em nossa constituição de 1934, no governo provisório chefiado por Vargas, porém, somente anos mais tarde, após muitas discussões a respeito de seu texto, é que ela foi instituída. Mais tarde, em 1971, foi redigida uma versão que vigorou até a promulgação da mais recente, datada de 1996.

O apoio por parte do governo à indústria do livro acontecia por meio de incentivos fiscais, redução de impostos e de taxas de importação e de subsídios que motivavam

as empresas gráficas e de papel e o mercado, como um todo, a se desenvolver. Assim, o setor livreiro foi amplamente beneficiado.

Para se ter uma ideia da importância dessa fase para o mercado editorial, destaca-se que, entre 1969 e 1973, a produção anual de livros triplicou, colocando o Brasil no ranking dos dez maiores produtores do mundo. Esse desenvolvimento promoveu transformações relevantes no setor, como o surgimento de várias editoras, algumas operando fora do eixo Rio-São Paulo, e a ampliação da publicação de autores nacionais:

O processo de modernização da sociedade brasileira, que se deu através do estímulo ao crescimento industrial e à urbanização, beneficiou a cultura brasileira, na medida em que proporcionou condições de produção, circulação e consumo dos bens de que aquele se constituía. A literatura infantil também foi favorecida, já que a indústria de livros se solidificou e a escola, cujo resultado mais imediato é o acesso à leitura, se expandiu. (LAJOLO e ZILBERMAN, 1993, p. 119).

No que diz respeito às especificidades do circuito do livro, todas as mudanças inerentes a um processo de modernização de um país transformaram os atores desse circuito. Os textos começam a ser escritos sob a ótica da produção em série e o autor passa a ser reduzido, infelizmente, “à situação de operário, fabricando, disciplinadamente, o objeto segundo as exigências do mercado” (Idem, p. 119). Lê-se: exigência da escola, do Estado e da família.

Assim, nesse ritmo, encerra-se a década de 1970, com muitas publicações, muitos autores, inclusive aqueles que não se dedicavam à fatia da literatura infantil, escrevendo para crianças e aproveitando a boa fase desse segmento: “Vivíamos um paradoxo: nunca se proibiu (referência à censura) e nunca se produziu tanta cultura como nos anos do regime militar” (PAIXÃO, 1996, p.143).

Vale apontar que a “crise do milagre”, que ocorreu nos anos de 1973 e 74, foi a principal responsável pela descoberta de novos públicos pelas editoras, que tiveram que se desdobrar e ser criativas para enfrentar a crise. O mercado então diversificou

sua produção, buscou produzir o livro certo para cada tipo de leitor (se é que isso é possível). Se a Literatura infanto-juvenil já vinha de anos de crescimento, agora, o fortalecimento viria a todo vapor.

Jovens, adolescentes, pré-adolescentes , crianças na escola, crianças na pré-escola ou 'jovens de terceira idade'. O mesmo aconteceu com as diferentes identidades sexuais, que ganharam nova visibilidade. (...) Todos os produtos, inclusive o livro, se especializaram para atender aos anseios desses grupos que, no mundo inteiro, expressavam suas particularidades e optavam pelo consumo de mercadorias destinadas a seu perfil. (Idem, 1996, p. 178).

Essa segmentação da sociedade podia ser observada em todo mundo e em vários setores. As rádios, por exemplo, se especializaram em tocar axé, reggae, sertaneja, etc. As TVs por assinatura exibiam canais exclusivos de filmes, séries, desenhos, jornais, e o mercado livreiro não ficaria de fora.

O boom criativo

No início da década de 1980, o total de editoras do país atinge a marca de quatrocentas. Além da visível ampliação gráfica, essa época também assistiu a um momento de modernização editorial condizente com a etapa do capitalismo que os anos anteriores consolidaram no Brasil: “pela primeira vez organizaram-se as listas dos mais vendidos; multiplicaram-se as resenhas de lançamentos, tanto em colunas de jornais e revistas como em publicações especializadas sobre livros.” (Ibidem, 1998, p. 143).

Outros números confirmam esse crescimento: se em 1964 foram publicados 3.882 títulos, em 1973, esse número passou para 7.035. O mesmo caminho trilhavam as livrarias e os outros canais de acesso ao livro que cresciam em ritmo acelerado.

A década de 1990, por sua vez, carrega os louros das décadas anteriores e solidifica o *status* de importância assumida pela Literatura infanto-juvenil. É nessa época, também, que vemos, de fato, a mercantilização das literaturas: "Os anos 90 solidificaram uma

estranha inversão no mercado editorial mundial: o marketing tomou o lugar da literatura. (...)”⁵⁶.

Um panorama a respeito da quantidade de exemplares produzidos no país, nessa década, foi feito pela Câmara Brasileira do Livro e pode ser visto na seguinte Tabela.

ANO	QUANTIDADE EM MILHÕES
1990	239 milhões
1991	303 milhões
1992	189 milhões
1993	222 milhões
1994	245 milhões
1995	330 milhões
1996	376 milhões
1997	381 milhões
1998	369 milhões
1999	295 milhões

Tabela 4 – Produção editorial na década de 1990

Atualmente, o que vemos, além de números exagerados, é uma ilimitada cumplicidade entre a mídia e o mercado, envolvendo inclusive "elaborados lobbies que abrangem desde grupelhos corporativos até editoras com 'olheiros' dentro das redações dos jornais"⁵⁷, mas os números não explicam a situação em que nos encontramos: um mercado que cresce a passos largos e índices de leitura que avançam em ritmo muito menor. Nesse sentido, após percorrermos o histórico do surgimento da literatura infanto-juvenil no país, visualizaremos as políticas de incentivo à leitura para tentarmos encontrar a razão dessa incoerência.

3.2 As políticas de incentivo à leitura no Brasil

⁵⁶ Folha de São Paulo, 28 de dezembro de 1993.

⁵⁷ TREVISAN, João S. O romance brasileiro e seus fantasmas. In: Correio Popular, 06/07/1996.

Política pública é uma ação realizada por um governo voltada a atender as vontades de diferentes setores da sociedade e “representa uma articulação coerente de medidas para transformar uma situação.”⁵⁸

Ampliando o sentido da expressão *políticas sociais de incentivo à leitura*, podemos dizer que elas estiveram presentes na história do Brasil há pouco mais de 50 anos. Segundo a pesquisadora Daniela Montuani (2009), “elas estão historicamente relacionadas às políticas educacionais. Desde sua criação em 1930, o Ministério da Educação desenvolve ações de promoção da leitura e de acesso a livros e a outros materiais de leitura.” (p. 37).

O Ministério da Educação foi criado em 1930, logo após a chegada de Getúlio Vargas ao poder. Com o nome de Ministério da Educação e Saúde Pública, a instituição desenvolvia atividades pertinentes a vários setores, como saúde, esporte, educação e meio ambiente. Até então, os assuntos ligados à educação eram tratados pelo Departamento Nacional do Ensino, ligado ao Ministério da Justiça. Somente em 1995, a instituição passa a ser responsável exclusivamente pela área da educação.

Desde que nos tornamos uma República, os governos tiveram clareza que, para haver uma nação desenvolvida, seria imprescindível investir na organização de um sistema educacional eficiente. Muitos tentaram conduzir essas mudanças e alguns optaram pelos investimentos nas políticas de leitura.

Segundo Montuani (2009), daqueles tempos aos dias atuais, houve diversas ações governamentais em torno da questão da leitura, com a criação, a extinção e a recriação de estruturas administrativas que priorizaram a distribuição de livros. Isso nos permite afirmar que o país possui, já há algum tempo, uma política de leitura. Ainda que seja por meio de ações isoladas ou desarticuladas, a leitura sempre se configurou uma diretriz política do Ministério da Educação. Para Barros (2005):

58 (ROSA; ODDONE) 2006, P. 185.

desde que a indústria editorial se implantou no Brasil, no início do século XIX, sempre houve políticas públicas voltadas para o livro, o que tem variado é o caráter [...] que transitaram entre o controle, a repressão, a distribuição gratuita, o incentivo à leitura [...] (p.3).

Uma síntese a respeito das políticas sociais de incentivo à leitura, baseada no levantamento de dados de Custódio (2000) e na análise feita por Montuani (2009), pode ser vista abaixo:

Período	Política	Objetivo
De 1930 a 1945	LDB	Discutir sobre o direito universal à educação, a obrigatoriedade e gratuidade do ensino. Os livros passam a ser entendidos como instrumento de trabalho, fonte de formação e elemento de cultura.
1936	Implementação da Comissão de Literatura Infantil	“organizar periodicamente relações, com apreciação crítica, das obras existentes em língua portuguesa; propor tradução de obras estrangeiras; indicar providências no sentido de ‘eliminar obras perniciosas ou sem valor’; indicar medidas necessárias ao desenvolvimento da literatura infantil e estudar a organização e difusão das bibliotecas infantis” (Custódio, 2000, p. 82), entre outras funções.
Durante o governo de Vargas	Criação do Instituto Nacional do Livro (INL)	Organizar e publicar a Enciclopédia Brasileira de Língua Nacional e o Dicionário da Língua Nacional; editar obras de interesse nacional e estimular o mercado editorial.
De 1946 a 1955	Ampliação da rede física escolar	Ampliar a rede física escolar em consequência do crescimento demográfico das crianças em idade escolar e a impossibilidade do sistema de acompanhar esse avanço. Baratear o livro didático e elaborar guias e manuais de ensino para professores que não tivessem oportunidade de frequentar cursos de aperfeiçoamento.
De 1956 a 1961	Aumento da industrialização que alcançou o mercado editorial e a realização da Campanha Nacional do Livro	Dar continuidade às bibliotecas escolares através da distribuição de obras literárias infantis, de cultura geral, coleções e obras pedagógicas didáticas e auxiliar a organização de bibliotecas públicas, sendo a ênfase no campo extraescolar.
1961	Criação do Conselho Nacional de Cultura e do Conselho Nacional de Bibliotecas	Reforçar a atuação do Estado na consolidação da política cultural e educacional da população. Para tanto, buscou-se estimular a criação e manutenção de bibliotecas públicas e escolares.
De 1964 a 1984	Intervenção maciça do Estado no campo da leitura	Isentar de impostos, instituição de comissões – entre elas o Grupo Executivo da Indústria do Livro (GEIL), criado em 1965 –, que se ocupava de estudar ações para estimular a produção do livro e a expansão do mercado de leitura. Observou-se um direcionamento específico para a ampliação do mercado da literatura infantil extraescolar.

Período	Política	Objetivo
1966	Criação do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD)	Distribuir maciça e gratuitamente os livros didáticos aos estudantes.
1971	Programa Nacional do Livro (PNL)	Promover o desenvolvimento educacional e cultural a partir de dois subprojetos: um relacionado aos livros didáticos e outro aos livros literários.
De 1979 a 1985	Apenas a partir dos anos 1980 é que a questão da formação de leitores foi colocada na pauta das políticas públicas de forma mais específica, entretanto não de forma prioritária.	
1984 a 1987	Programa Nacional Salas de Leitura (PNSL)	Compor, enviar acervos e repassar recursos para ambientar as Salas de Leitura. Foram distribuídos livros de literatura e periódicos para alunos e professores. Era realizado em parceria com as Secretarias Estaduais de Educação e com universidades responsáveis pela capacitação dos professores.
1992 (em vigência até os dias atuais)	Programa Nacional de Incentivo à Leitura (PROLER)	Possibilitar à comunidade em geral, em diversos segmentos da sociedade civil, o acesso a livros e a outros materiais de leitura.
1992 a 1999	Pró-Leitura na Formação do Professor	Atuar na formação de professores-leitores para que eles pudessem facilitar a entrada de seus alunos no mundo da leitura e da escrita.
1994 a 1997	Programa Nacional Biblioteca do Professor	Dar suporte à formação de professores das séries iniciais do Ensino Fundamental e desenvolver duas linhas de ação: a aquisição e distribuição de acervos bibliográficos; a produção e difusão de materiais destinados à capacitação do trabalho docente.
1997 (em vigência até os dias atuais)	PNBE	Substituir programas anteriores e democratizar o acesso a obras literárias, bem como a materiais de pesquisa e de referência a professores e alunos das escolas públicas brasileiras.

Tabela 5 – Políticas de incentivo à leitura no Brasil

Após a leitura da Tabela 5 e de tomarmos conhecimento sobre o percurso brasileiro em torno das políticas públicas de incentivo à leitura, podemos retomá-la realizando algumas análises.

Da década de 1930, com o início das discussões sobre a LDB, até os dias atuais, observa-se um enorme avanço no investimento do governo nessas políticas, mas, por outro lado, evidencia-se uma tendência à promoção do acesso ao livro por meio das

instituições escolares e não dos lares dos leitores. Tal fato explicita as pontes que ligam o mercado editorial, o Estado e o sistema escolar.

Nesse tempo, houve desde a implementação da Comissão de Literatura Infantil, que catalogava as obras existentes e eliminava as consideradas perniciosas, a políticas como o PNBE, que democratizou o acesso à Literatura distribuindo, gratuitamente, a todos os alunos matriculados em escolas públicas brasileiras, livros literários de excelente qualidade. É evidente que a grande maioria das políticas públicas citadas visava ao ambiente escolar.

De 1956 a 1961, houve o aumento da industrialização do mercado editorial, influenciado, tanto pelo momento econômico quanto pela intervenção do governo por meio da compra e distribuição de obras literárias infantis, de cultura geral, coleções e obras pedagógicas didáticas nas bibliotecas.

Por outro lado, nesse mesmo período, tivemos a iniciativa inovadora da Campanha Nacional do Livro, que causou grande repercussão nacional e cujo objetivo era organizar as bibliotecas públicas, enfatizando o campo extraescolar.

A partir de 1964, passamos a ter a intervenção sólida do Estado no campo da leitura. Nessa época, observou-se um direcionamento específico para a ampliação do mercado da literatura infantil extraescolar. Entretanto, foi com a distribuição de obras didáticas e não literárias, por meio do PNLD, em 1966, que a idéia do Estado comprar e distribuir os livros, maciça e gratuitamente aos estudantes, foi concretizada. Esse fato mostra a gênese da relação de dependência entre o mercado editorial e o governo (escola).

A respeito das compras governamentais, observa-se que, em 2008, o governo brasileiro anunciou sua adoção como “instrumento prioritário para impulsionar a economia, estabelecendo como metas o aumento da taxa de investimentos no País, a elevação dos gastos em pesquisa, o crescimento na participação das exportações brasileiras [...]” (MORERIRA e VARGAS, 2009. p.41).

Moreira e Vargas (2009) nos informam também que, no ano de 2004, subsidiadas por um documento produzido no contexto europeu, as compras governamentais surgiram como possibilidade de instrumento de incentivo ao aparecimento de inovações nas empresas fornecedoras. Segundo o documento, “as compras governamentais poderiam ser utilizadas para prover mercados pioneiros para novos produtos intensivos em inovação e pesquisas” (EUROPEAN COMMISSION, 2005, p. 10).

O aumento da utilização dessas compras como incentivo à inovação nas empresas é encontrado em outro documento de um instituto alemão de pesquisa em inovação - Fraunhofer. Segundo ele, há, no mundo, uma “mobilização sistemática das compras governamentais para o bem da inovação e da competitividade” e essa estratégia é “uma das formas mais diretas de estimular a inovação por meio da demanda” (FRAUNHOFER, 2005, p. 13, tradução livre).

Por fim, os pesquisadores Moreira e Vargas (2009) defendem que, por meio dessas compras, o governo pode, de três maneiras, exercer forte impacto sobre as inovações nas empresas: por meio de seu papel enquanto comprador; de suas ações enquanto regulador; e de seu posicionamento “enquanto fonte de novos conhecimentos na pesquisa e no desenvolvimento”⁵⁹. Nesse sentido:

Ao agir como um consumidor inteligente e aberto a novas perspectivas, o governo e suas compras podem promover incentivos para que as firmas desenvolvam novos produtos, processos e serviços. Por outro lado, produtos e serviços inovadores podem ajudar o governo a obter melhor valor para o dinheiro público ao melhorar a qualidade dos serviços e reduzir custos permanentes (DTI, 2003, p. 80).

Diante do exposto, é necessário refletir sobre a relação entre o crescimento dessas políticas de incentivo à leitura, por meio das compras governamentais, e o aumento dos investimentos das editoras em seus produtos. O incentivo à produção editorial iniciado pelo governo na década de 1930, através da aquisição e distribuição de livros às escolas, pode ter gerado, desde aquela época, uma relação de comensalismo.

59 DTI (2003, p. 82, tradução nossa)

Todo esse histórico de políticas sociais de incentivo à leitura nos mostra como o mercado editorial precisou estar “atenado” na escola para crescer e ser visto. Além do mais, o governo federal se propôs a levar o livro, em regra, até a escola e não à casa do leitor. Talvez, por isso, percebemos, ainda hoje, o fortalecimento desse vínculo entre mercado, Literatura infanto-juvenil e escola. Tal conexão foi percebida nos catálogos investigados, desde os textos de apresentação das editoras, recheadas de referências ao ambiente escolar, à segmentação por faixas etárias e temáticas.

Em vista disso, surgem dúvidas: até que ponto essa relação consegue ser saudável? Qual o espaço de mediação resta para o professor quando ele acessa os catálogos? Não estariam as editoras “idiotizando” o profissional da escola e, em virtude disso, produzindo materiais muito didatizados sem abertura para reflexão?

Esses questionamentos serão tratados nas considerações finais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os catálogos de editoras mostraram-se, na história do mercado editorial brasileiro, sobretudo nas últimas décadas, como importantes peças de divulgação do produto livro. Nesta pesquisa, ficou claro que sua circulação nos espaços escolares foi crescendo com o fortalecimento da relação mercado e Estado e que essa relação nasceu com a Literatura infanto-juvenil.

A força dessa relação justifica-se quando vemos os números das compras do Governo, apontando-o como um dos maiores investidores do mercado editorial brasileiro. Em 2009, por exemplo, o gasto do Estado com o PNBE foi de R\$ 57,9 milhões e com o PNLD 137,6 milhões⁶⁰.

Sendo a escola o grande filão desse mercado, nada mais óbvio que esperar das editoras um cuidado especial, no braço da divulgação, com essa fatia do mercado. O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) aponta que a concentração dos gastos de uma editora está na divulgação, canal que inclui os catálogos.

O estudo mostra que a concentração das compras não é uma consequência da concentração da oferta, tampouco da melhor qualidade de algumas obras, e sugere que a concentração das compras decorre dos gastos elevados das editoras com divulgação.⁶¹

A descoberta da efetiva circulação desses impressos, através da autodeclaração de professores do Ensino Fundamental, foi o primeiro passo e o mais importante para a implementação desta pesquisa. Com a comprovação de seu trânsito nas mãos dos sujeitos da escola, ficou clara a importância desse documento no universo escolar e na mediação da leitura literária.

60 Avaliação do Plano Plurianual 2008-2011 – MEC.

61 Texto para discussão n°1307. Compras Governamentais para o Programa Nacional do Livro Didático: uma discussão sobre a eficiência do governo. Ricardo Pereira Soares Brasília, novembro de 2007. IPEA.

Segura da relevância do estudo desse documento repleto de “investimentos” editoriais, era necessário encontrá-lo na história do mercado. Para tanto, foi preciso um olhar aguçado de pesquisadora, devido à ausência de uma pesquisa de cunho histórico que focalizasse o referido impresso no tempo.

Tal fato aumentou o nosso trabalho de investigação, na medida em que tivemos que encontrar, nos textos pesquisados, indícios, ainda que mínimos, de sua presença⁶². Dessa forma, fomos costurando as aparições dos catálogos e construindo uma possível lógica de sua participação na história do mercado editorial.

Descobrimos que a divulgação de obras por meio dos catálogos editoriais de literatura no país, especificamente os infanto-juvenis, data do início do século XX. Essa época coincide com o crescimento do mercado, dos investimentos iniciais em educação e do aparecimento de Monteiro Lobato.

Vimos também que, assegurados pela globalização do negócio do livro (o que inclui a divulgação de produtos), os catálogos estrangeiros repetem, salvo as circunstâncias específicas, a mesma lógica dos nacionais.

Com os catálogos em mãos, partimos para a análise. A princípio foi necessário criar uma categorização para a realização da proposta de leitura. Tal categorização foi embasada em critérios já utilizados em outra oportunidade de investigação com catálogos⁶³. Vale dizer que esses critérios dialogam com a proposta de Roger Chartier (1990) de análise de um impresso, na qual é necessário encarar o texto em toda a sua materialidade, analisando desde seu formato, passando pela capa, qualidade do papel, relação existente entre signos e imagem, técnicas da disposição do texto na página, ilustração, entre outros.

62 Ver Soares (2007) e Hallewell (2005).

63 PAIVA, Aparecida; MONTUANI, Daniela F. B.; TEIXEIRA, Marina G. S; Para “conquistar” o mercado escolar: os endereçamentos presumidos nos catálogos de publicações para crianças. Participação em Mesa Redonda no II LIHED – Seminário Brasileiro de Livro e História Editorial. Niterói/mai-2009

Na análise, constatamos que, do total de oito catálogos analisados, 37,5% não possuem cartas de apresentação (texto que realiza o primeiro contato com o leitor), em regra, textos sedutores e com cadeias referenciais que contemplam, principalmente, os seguintes aspectos: *experiência de mercado; prêmios recebidos; livros oferecidos, proposta literária e projetos ou propostas diferenciadas.*

Quanto às suas configurações de organização do impresso, obtivemos a seguinte situação: 87,5% utilizam índice por títulos, 75% empregam índice por autores, 50% índice por temas e 37,5% índice por ilustradores e por faixa etária. Tais formatações indicam a busca das editoras pela ideia de *guia* e de facilitar, ao máximo, a busca pelo 'livro ideal'.

Do montante, seis possuíam resenhas que buscavam dialogar com o adulto mediador de leitura. Essas eram mais curtas e objetivas e utilizavam uma linguagem formal. Já outras duas editoras, *Brinque-Book* e *Biruta*, apresentaram resenhas voltadas a outro tipo de leitor, provavelmente, ao próprio leitor do livro: os jovens e as crianças.

Foi destaque o fato de apenas um catálogo não fazer referência à faixa etária ou aos temas para localizar suas obras. A editora Cosac Naify, nesse aspecto, realmente mostrou-se uma exceção no conjunto examinado. Os únicos indícios de que seu material de divulgação destina-se ao universo escolar estão presentes em um trecho de sua carta de apresentação.

Outras editoras que tentaram se esquivar da escolarização buscando estratégias de nomenclaturas distintas da *faixa etária* como: *Ciclo escolar, Educação Infantil, Ensino Fundamental I, Ensino Fundamental II, Ensino Médio*, não lograram êxito.

A separação por faixas etárias é a clara tentativa de escolarização do impresso. Essa escolarização da literatura já havia sido apontada por Magda Soares (1999). Segundo a autora, ela diz respeito àqueles materiais que se encontram em ambiente escolar. Como ficou comprovada a circulação efetiva desse impresso no contexto da educação formal, ele se encaixa perfeitamente nessa categoria de material escolarizado.

Sobre a didatização e a pedagogização do material literário, Bertoletti (2008) afirma que⁶⁴

Mesmo os livros com títulos eminentemente poéticos, metafóricos, conotativos, plurissignificativos, característicos da linguagem literária, com função estética têm, nos catálogos, um tratamento utilitário, conforme subdivisão apontada relativa a Temas Transversais e datas comemorativas. Ou seja, desconsideram o caráter estético do discurso literário, plurissignificativo, metafórico, subjetivo, atemporal; o compromisso profundo e essencial da literatura com a existência humana concreta e sua contribuição para formação e afirmação da humanidade do homem, para um uso utilitário, informativo, objetivo, pedagógico, educativo, característico de outros gêneros textuais que têm compromisso com o ensino, com o conhecimento objetivo. (p. 9)

Tal didatização ou escolarização pôde ser visualizada não só pela separação etária dos catálogos, mas também por meio de outras estratégias editoriais, tais como a separação dos livros pelos temas transversais dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) ou por temas gerais.

De fato, a Literatura infanto-juvenil nacional, desde seu surgimento, foi influenciada pela escola. Essa relação entre o mercado editorial e a escola segue uma lógica, visto que é nessa instituição que se concentra o maior número de potenciais leitores e futuros consumidores de livros. Nesse sentido, não poderia ser outro lugar o foco prioritário de investimento desse setor.

Contudo, percebemos, através das análises feitas, uma tendência das editoras em reduzir, ao mínimo, os esforços do leitor-professor no contato com seu material de divulgação, aparentando enxergar esses profissionais como destituídos de competência para realizar escolhas literárias mais autônomas.

De um modo geral, é como se houvesse um acordo tácito entre academia e imprensa, que deixa quase que exclusivamente a cargo das editoras a mediação entre a produção da literatura infanto-juvenil brasileira e o contexto em que se dá a sua recepção (preferencialmente a escola e, num segundo plano, a família. (...)) é assustador constatar que, nesse complexo processo de

64 Ver mais em: Mediação da leitura para formação do gosto: o papel do mercado editorial. Disponível em <http://www.fflch.usp.br/dlcv/lport/pdf/slp39/14.pdf> (Acessado em 20/03/2011)

circulação em que se dá a cultura e, em particular, a literatura infanto-juvenil, diretamente ligada a um papel de formação do leitor iniciante, o poder que cabe às editoras seja tão monolítico. Estas, como se sabe, fazem o jogo pesado do mercado, deixando frequentemente que os interesses financeiros se sobreponham a quaisquer outros, como os pedagógicos, os estéticos e os sociais, etc. (CECCANTINI, 2004, p.37)

Finalmente, houve uma estratégia editorial que esteve presente em 100% dos catálogos analisados: a indicação das premiações recebidas pelas obras. Essas premiações eram apresentadas aos leitores seguindo a lógica de uma hierarquia. Quanto mais importante a premiação, a marca gráfica deveria ser de maior destaque. No universo de catálogos investigados, o Prêmio Jabuti e o Altamente Recomendável da FNLIJ foram considerados os mais importantes.

Sendo assim, podemos dizer que, em regra, os impressos apresentaram características semelhantes. Destacaram-se aqueles que tentaram, de uma forma ou de outra, esquivar-se do diálogo com o escolar, com o pretexto de serem “menos didáticos” e “mais literários”.

Vale lembrar que, ainda hoje, disciplinar a fantasia a serviço da escola e do mercado tem sido regra na literatura infantil e não exceção

e que a troca gradativa do estatuto de "puro objeto estético" pelo de mercadoria trouxe como consequência inescapável a também gradativa redefinição das relações entre a literatura, o leitor, o autor e a própria crítica, que agora, mais que nunca, circulam no interior de um todo estruturado de acordo com a lógica do dinheiro, denominado mercado editorial. (PELLEGRINI, 1997, p. 331)

No último capítulo, no qual mostramos um histórico das políticas sociais de incentivo à leitura, foi possível perceber que, do seu surgimento até então, não restou à Literatura infantil outra saída a não ser ligar-se intensamente com a escola. Afinal, a tentação dos números é algo difícil de se ignorar.

Graças à coexistência entre Literatura-mercado-escola, podemos afirmar que a vinculação da produção literária para crianças com o espaço escolar em detrimento da estética literária, iniciado no início do século XX, é o grande desafio atual da Literatura:

“Ana Maria Machado afirma em relato que literatura e educação são incompatíveis. Confunde-se estética com ética, literatura com educação e acaba não se fazendo nem uma coisa nem outra”. (KHÉDE, 1983, p. 10)

Assim, apesar de belos catálogos, bem diagramados e desenhados, repletos de imagens e instruções ao leitor, eles não garantem a escolha de um bom livro. Além disso, pouco atuam na consolidação de uma sociedade leitora no país e, não obstante, correm o sério risco de fazer exatamente o contrário ao induzirem o professor-leitor para a escolha de livros mais didáticos que literários.

Por fim, podemos dizer que as próprias editoras, ao se preocuparem com a quantidade e não com qualidade, voltam-se contra si mesmas, pois, sem o bom livro, não há o prazer da leitura, e, sem o prazer da leitura, não há o leitor e, sem o leitor, não há o mercado. Portanto, é preciso que quadros como estes abaixo sejam revertidos urgentemente.

Para um país com 170 milhões de habitantes, a Unesco recomenda que haja ao menos 17 mil livrarias, mantendo a proporção de uma para cada 10 mil pessoas. Nossa realidade, no entanto, ainda está muito longe do ideal: dos quase 6 mil municípios do país, pouco mais de 600 possuem livrarias hoje, num total de lojas que gira em torno de 1.200, o que deixa descoberto uma fatia de quase 90% do território nacional e mostra que o Brasil não está preparado para escoar sua produção editorial.⁶⁵

Uma pesquisa encomendada por instituições ligadas ao mercado editorial revela um dado preocupante: para os brasileiros, a venda de livros está diretamente relacionada a uma obrigação. Os que têm maior saída nas livrarias são livros didáticos, enquanto o rico mundo da literatura acumula poeira nas prateleiras. Apenas 7,5% da população brasileira compram livros não voltados para a educação.⁶⁶

Pelo exposto, esperamos que o estudo aqui apresentado possa contribuir em novos trabalhos que focalizem os catálogos de editoras, valendo-se desse impresso como objeto ou fonte de análise. Sobretudo, desejamos que esta pesquisa tenha colaborado

65 ALVES, Rodrigo. Raio X do mercado editorial. *Jornal do Brasil*, Caderno Ideias e Livros, set. 2000.

66 Informação acessada em <http://blogs.cultura.gov.br/pro-leitura/apenas-75-dos-brasileiros-compram-livros-nao-didaticos/> em janeiro de 2011.

para a ampliação do conhecimento a respeito da relação entre o mercado editorial brasileiro de livros infanto-juvenis, o Governo e a escola.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUGUSTI, Valéria. *Literatura prescritiva, público leitor e práticas de leitura em bibliotecas do Rio de Janeiro do século XIX*. In: *Leitura, teoria & prática*, Campinas, n. 32, p. 12- 20, dez/1998

BARROS, Susane S.; JAMBEIRO, Othon; BORGES, Jussara. *Políticas públicas para o livro e a leitura e sua influência na indústria editorial de Salvador*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, 2005, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: UERJ, 2005.

BERTOLETTI, Estela Natalina Mantovani . *Mediação da leitura para formação do gosto: o papel do mercado editorial*. In: Maria Célia Lima-Hernandes; Maria João Marçalo; Guaraciaba Micheletti; Vima Lia de Rossi Martin (Org.). *A língua portuguesa no mundo*. São Paulo: FFLCH-USP, 2008.

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 – 44, 1997.

BRASIL. Lei 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Cultura - PRONAC. Brasília, DF, 23 dez. 1991. Disponível em: <<http://www.minc.gov.br/legisl/docs/L-008313.htm>>. Acesso em: 14 abr. 2011.

BRASIL. Ministério da Educação. Programa Nacional Biblioteca da Escola (PNBE): leitura e bibliotecas nas escolas públicas brasileiras. Secretaria de Educação Básica, Coordenação-Geral de Materiais Didáticos; elaboração Andréa Beremblum e Jane Paiva. Brasília: Ministério da Educação, 2008.

CAMARGO, Luiz. *Ilustração do livro infantil*. Belo Horizonte: Ed. Lê, 1995.

CAVALHEIRO, Edgard. *Monteiro Lobato: vida e obra*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972.

CECCANTINI, João Luis C. (org.) (2004) *Leitura e Literatura infanto-juvenil: memórias de Gramado*. São Paulo: Cultura Acadêmica: Assis, SP: ANEP.

CHARNIZON, Ana. *A modelagem de leitores e de leituras no discurso midiático da revista nova escola*. 180 fls. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: Fifel - Rio de Janeiro: Bertrand, 1996.

_____, Roger. *A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. Brasília: Editora UNB, 1994.

_____, Roger. *Do livro à leitura*. In: CHARTIER, Roger (org.). *Práticas da leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, 1996

CLIFF, S. *The best in catalogue design*. Mies, Rotovision, 1994.

COELHO, Nelly Novaes. *Panorama Histórico da literatura infantil e juvenil - das origens indo-européias do Brasil contemporâneo*. São Paulo: Ática, 1991.

COELHO, Nelly Novaes. *Panorama Histórico da Literatura Infantil/Juvenil*. Ática, São Paulo, 1991.

CORRÊA, Rosa Maria Rodrigues. *Catálogo descritiva no século XXI: um estudo sobre o RDA*. 65fls. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Faculdade de Filosofia e Ciências, da Universidade Estadual Paulista, Marília, 2008.

COSSON, Rildo. *Literatura e endereçamento escolar: a avaliação pedagógica de obras literárias no PNBE*. (no prelo).

CURCINO, Luzmara. *O leitor de revistas: práticas de leitura contemporâneas inscritas em textos da mídia impressa*. In: Anais do II Seminário Brasileiro Livro e História Editorial. Niterói, 2009.

CUSTÓDIO, Cinara Dias. *Leitura, formação de leitores e Estado: concepções e ações ao longo da trajetória do Ministério da Educação 1930-1994*. 212fls. Dissertação (Mestrado em Educação). Faculdade de Educação da UFMG, Belo Horizonte, 2000.

D'ARMADA, Sâmara Lemos Martins. *Informação e formação: estudo de casos dos suplementos infantis mineiros Gurilândia e Programinha*. Belo Horizonte: PUC-MG, 1997.

DA COSTA, Cristiane Dias Martins. *Literatura premiada entra na escola? A presença dos livros premiados pela FNLIJ, na categoria criança, em bibliotecas escolares da Rede Municipal de Belo Horizonte*. 214fls. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2009.

DOS SANTOS, André Carazza. *Gurilândia (1948 - 1956) A formação de crianças e professores na página do Estado de Minas*. 168 fls. Dissertação (Mestrado em Educação). Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

DUTRA, E. de F. *Companhia Editora Nacional: tradição editorial e cultura nacional no Brasil dos anos 30*. I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial, Rio de Janeiro: 2004.

ECO, Umberto. O leitor modelo. In: ECO, Umberto. *Lector in Fábula*. São Paulo: Perspectiva, 1986. p. 35-49.

European Commission. *Public procurement for research and innovation: Developing procurement practices favourable to R&D and innovation*. Brussels, 2005.

FARIA, M.A. *Como usar a literatura infantil na sala de aula*. 3.ed. São Paulo: Contexto, 2004.

FAYAD, Cláudia Maria Audino. *Embalagens de Brinquedos no Brasil: 1940 a 1980*. 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2010.

FAYAD, Cláudia Maria Audino. *Embalagens de Brinquedos no Brasil: 1940 a 1980*. 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2010.

FERREIRA, Aurélio B. de Hollanda. *Novo dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.

FRAGA, Cláudia Trevisan. *A construção da identidade das editoras pelas 1ªs capas: Record e Cosac Naify*. 101.fls. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica). Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2008.

FRAUNHOFER – Institute Systems and Innovation Research. *Innovation and public procurement - review of issues at stake*. Study for the European Commission - Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research. Germany, 2005.

GOULART, Maria Alice Hamilton. *O prazer como imperativo, a literatura como meio, os corpos doces como fim: o micropoder dos catálogos de livros infantis*. 2000. Dissertação (Mestrado em Educação) - Programa de Pós Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: UFRGS, 2000.

GOUVÊA, Maria Cristina S. de. *Imagens do negro na literatura infantil brasileira: análise historiográfica*. Educação e Pesquisa. São Paulo, v.31, n1. p.77-89, jan/abr 2005.

HALLEWELL, Laurence. *O livro no Brasil: sua história*. São Paulo: Edusp, 2005.

KHÉDE, Sonia et al (Orgs.). *Literatura infanto-juvenil: um gênero polêmico*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1983.

LAJOLO, Marisa e ZILBERMAN, Regina. *Um Brasil para crianças*. Para conhecer a literatura infantil brasileira: história, autores e textos. São Paulo: Global, 1993.

LAJOLO, Marisa e ZILBERMAN, Regina. *A formação da leitura no Brasil*. São Paulo: Editora Ática, 2003.

LAJOLO, Marisa. *Do mundo da leitura para a leitura do mundo*. São Paulo: Ática, 2008.

LEÃO, A.B. *Brasil em imaginação, livros, impressos e leituras infantis (1890-1915)*. In: Anais do 26º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte-MG, set. 2003. São Paulo: Intercom, 2003.

LINS, Guto. *Livro Infantil? Projeto gráfico, metodologia, subjetividade*. São Paulo: Rosari, 2002.

Livro Infantil e Juvenil. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. p. 17-48.

LOBATO, Monteiro; RANGEL, Godofredo. *A barca de Gleyre: quarenta anos de correspondência literária entre Monteiro Lobato e Godofredo Rangel*. São Paulo: Brasiliense, 1968.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M.E.D.A. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU, 1986.

MACHADO, Ubiratan. *A etiquetas de Livros no Brasil: subsídios para uma história das livrarias brasileiras*. São Paulo: EDUSP, 2003.

MICELI, Sérgio. *Intelectuais e classe dirigente no Brasil (1920-1945)*. São Paulo: Difel, 1979.

MONTUANI, Daniela Freitas Brito. *O PNBE/2005 na Rede Municipal de Ensino de Belo Horizonte: uma discussão sobre os possíveis impactos da política de distribuição de livros de literatura na formação de leitores*. 163fls. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2009.

OLIVEIRA, Ieda de et al. (Orgs.). *O que é qualidade em ilustração no livro infantil e juvenil: com a palavra o ilustrador*. São Paulo: DCL, 2008.

OLIVEIRA, Iris Filomena Mendes de. *Imagens de leitura e leitor nos catálogos de literatura infantil*. Trabalho de conclusão de curso. Faculdade de Educação. Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Campinas: 2003.

ORLANDI, E. P. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 2001.

PAIVA, Aparecida; MONTUANI, Daniela F. B.; TEIXEIRA, Marina G. S; *Para "conquistar" o mercado escolar: os endereçamentos presumidos nos catálogos de publicações para crianças*. Participação em Mesa Redonda no II LIHED – Seminário Brasileiro de Livro e História Editorial. Niterói/mai, 2009.

PAIXÃO, F. *Momentos do livro no Brasil*. São Paulo: Ática, 1996.

PELLEGRINI, Tânia. *A cultura brasileira em tempo de mídia e mercado*. Horizontes (Bragança Paulista), Bragança Paulista, SP, v. 15, p. 325-335, 1997.

RAZZINI, Márcia de Paula Gregório. *A livraria Francisco Alves e a expansão da escola pública em São Paulo*. In: I Seminário Brasileiro Sobre o Livro e História Editorial. Rio de Janeiro, Anais, 2004.

SALLES, Leila Maria Ferreira. *Infância e adolescência na sociedade contemporânea: alguns apontamentos*. Estudos de Psicologia. Campinas. v.22, n.1, p.33-41, jan/mar, 2005.

SANTOS, Lília Virgínia Martins. *Divulgação da literatura destinada a crianças e adolescentes: a prática de editoras mineiras*. 112f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2001.

SANTOS, Neide Medeiros. *O papel do ilustrador na literatura infantil brasileira*. Disponível em: <<http://nastrilhasdaliteratura.blogspot.com/2009/01/papel-do-ilustrador-na-literatura.html>> Acessado em: 5 de fevereiro de 2010.

SILVA, F. M. *Cultura e Mercado: O Best-Seller em questão*. In: Revista Internacional Interdisciplinar Interthesis, dez 2006. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/interthesis/article/view/795/10835>> Acessado em: 28 de agosto de 2010.

SILVA, Rosa Maria Graciotto; TEIXEIRA, Ângela Enz. *Catálogo de livros juvenis: formações imaginárias de editora em relação a si, ao professor, à leitura e à literatura juvenil*. In: Teoria e Prática da Educação. v.7, n.2, mai/ago, 2004.

SILVA, Suely Braga da. *O Instituto Nacional do Livro e a institucionalização de organismos culturais no Estado Novo (1937- 1945): planos, idéias e realizações*. 154 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação)- Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1992.

SILVEIRA, Rosa Maria Hessel. *Catálogos de Literatura infantil: o que eles dizem sobre leitor, leitura, escola e mercado?* I Congresso de História da Leitura e do Livro no Brasil. Campinas, 1999.

SOARES, Gabriela Pellegrino. *Semear horizontes: uma história da formação de leitores na Argentina e no Brasil, 1915-1954*. Belo Horizonte: UFMG/ FAPESP, 2007.

SOARES, Magda Becker. *A escolarização da Literatura Infantil e Juvenil*. In: EVANGELISTA, Aracy et al. (Orgs.). *A escolarização da leitura literária: O Jogo do*

SORÁ, Gustavo. *Tempo e distâncias na produção editorial de literatura*. In: MANA – Estudos de Antropologia Social. Rio de Janeiro, v.3, n.2, p.151-181, 1997.

TREVISAN, João S. *O romance brasileiro e seus fantasmas*. In: Correio Popular Campinas, 6 de julho de 1996.

Sites:

Editora Berlendis - <http://www.berlendis.com/>

Editora Lê – <http://www.le.com.br/>

Editora Brinque-Bokk – <http://www.brinquebook.com.br>

Editora Companhia das Letrinhas – <http://www.companhiadasletrinhas.com.br/>

Editora Callis - <http://www.callis.com.br/>

Editora Cosac Nayfi - <http://editora.cosacnaify.com.br/Default/1/Default.aspx>

Editora Panda Books - <https://pandabooks.websiteseuro.com/>

Editora Biruta - <http://www.editorabiruta.com.br/>

www.brasilquele.com.br – acessado em 15 de janeiro de 2011.

www.amigosdolivro.com.br – acessado em 16 de janeiro de 2011.

<http://www.bn.br/portal> - acessado em 14 de janeiro de 2011.

Ministério da Educação - www.fnde.gov.br – acesso: 10/07/10.

Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil – <http://www.fnlij.org.br> – acesso:12/07/10.

PISA - <http://pisacountry.acer.edu.au/> acessado em 20 de janeiro de 2011.

Instituto Pró-Livro - <http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/dados/anexos/48.pdf>.

ANEXO I

Ficha de análise dos catálogos

1 - Dados Gerais:

Nome da Editora: Localização:

Possui distribuidora em B.H? Informa tiragem?

Nº de páginas: É possível identificar periodicidade?

Cores: () PB () Cores

Indicação: (Observar que tipo de indicação é feita: idade, série, tipo de leitor)

2 - Projeto gráfico editorial:

Capa e Contracapa:

Título:

Subtítulo:

Slogan:

Cor:

Ilustração:

Indicação de data:

Formato do catálogo:

Tipo de papel:

() reciclado () couché () sulfit () outro

Encadernação:

() Capa dura () Não

() Brochura () Espiral

Oferece encarte: brinde/pesquisa () Sim () Não

3 – Paratextos:

- Endereçamento:

- Apresentação:

- Orientações de leitura:

- Sumário (Há estrutura hierarquizada (títulos, subtítulos) evidenciada por meio de recursos gráficos?):

- Outros: (Ex.: distinções; premiações; compras governamentais; cria diálogo PNLD – PNBE)

4 – Conteúdo dos Catálogos

a) Tratamento dado ao(s) autor(es) e/ou ilustrador(es):

- Autores/ilustradores consagrados:

- Autores/ilustradores iniciantes:

- Lançamentos:

b) Usos de capas dos livros (comentários gerais):

c) Gêneros (Estão explícitos? Qual a proporção? Destaque para algum?):

* Tradução/adaptação:

5 – Recursos pedagógicos: (mencionar todos os tipos de recursos pedagógicos sugeridos)

6 – Outras observações relevantes: