

# Uma alternativa à mercantilização do livro I

A.P. Quartim de Moraes

*O Estado de S.Paulo*, 19.6.2012

Diante do crescente estreitamento de espaço para a literatura brasileira em nosso mercado editorial, fenômeno transparente nas listas de obras de ficção mais vendidas no País, coloca-se a questão vital: há saída para esse impasse que põe em risco nossos valores culturais? A resposta me parece, infelizmente, óbvia: um redondo não, no que depender do *big business* editorial.

Na verdade, o problema só tende a se agravar desde que, a partir do último quartel do século 20, a razão de mercado desembarcou soberana em nosso mundo dos livros, trazida pelos ventos da globalização. O mercado editorial brasileiro passou, desde então, a ser inexoravelmente dominado pelos interesses de um subcapitalismo vira-lata incapaz de enxergar um palmo adiante de sua irrefreável obsessão por lucros gordos e imediatos. O livro virou uma mercadoria como outra qualquer. Livro bom passou a ser livro que vende bem, *tout court*.

Nada vai mudar isso, até onde a vista alcança. Pelo menos enquanto o fundamentalismo de mercado que domina o planeta, insustentável por sua essência desumana, não se exaurir em suas matrizes e os reflexos disso se estenderem à periferia cultural na qual permanecemos atolados.

Há caminhos, no entanto, capazes de amenizar a devastação cultural que as grandes editoras comerciais provocam ao relegar a segundo plano a ficção literária nacional em benefício de obras estrangeiras, frequentemente medíocres, nas quais investem fortunas na tentativa de transformá-las em best-sellers também aqui. E um bom exemplo dessa alternativa vem dos EUA, o mesmo lugar de onde importamos o modelo perverso que hoje impera em nossas grandes editoras e livrarias. Trata-se da editora sem fins lucrativos.

Um dos melhores catálogos do mercado editorial norte-americano é o da New Press ([www.thenewpress.com](http://www.thenewpress.com)), casa publicadora not *for profit* fundada há exatos 20 anos em Nova York por André Schiffrin, o editor franco-norte-americano que por três décadas estivera à frente da Pantheon Books, um dos mais importantes e prestigiados selos editoriais daquele país no século passado.

Ao, finalmente, bater de frente com a mediocridade de um ambiente livreiro completamente mercantilizado, Schiffrin fundou a nova editora e passou a escrever livros em que desenvolve uma percuciente análise crítica das transformações ocorridas nos meios de comunicação - de modo especial na publicação de livros - no chamado Primeiro Mundo. O último, *Words & Money*, saiu há dois anos nos EUA, pela Verso Books, e, no ano passado, aqui: *O dinheiro e as palavras* (Editora BEÍ, 2011, 150 páginas). Ninguém deve se surpreender com o fato de que não é fácil encontrá-lo em nossas livrarias.

Sobre o mercado editorial norte-americano nos últimos 50 anos - do qual o brasileiro, repita-se, é uma frágil contrafação -, Schiffrin vai ao cerne da questão em *O negócio dos livros - Como as grandes corporações decidem o que você lê*, publicado nos EUA em 2000 e no Brasil em 2006 pela editora carioca Casa da Palavra: "Os editores sempre se orgulharam de sua capacidade de equilibrar o

imperativo de ganhar dinheiro com o de lançar livros importantes. (...) Hoje, frequentemente, o único interesse é ganhar dinheiro, e o máximo possível".

André Schiffrin remediou a frustração de seu idealismo de editor com a criação da New Press e o público norte-americano passou a dispor de mais um catálogo focado na qualidade de conteúdo que, nem por isso, tem deixado de produzir best-sellers. Essa não é a única editora sem fins lucrativos e independente, não vinculada a nenhuma instituição, no amplo mercado de livros norte-americano. Mas é certamente uma das mais bem-sucedidas, com uma produção anual média de cerca de 50 títulos destinados a "promover e enriquecer a discussão e o entendimento de questões vitais para nossa democracia e para um mundo mais equilibrado". E esses livros, de acordo ainda com os termos em que a própria editora descreve sua missão, "tornam-se possíveis pelo entusiasmo de nossos leitores; pelo apoio de um grupo de doadores, grandes e pequenos, comprometidos com a ideia; pela colaboração de nossos muitos parceiros na mídia independente e no setor das atividades sem fins lucrativos; pelos livreiros que se empenham pessoalmente na venda dos nossos títulos; e, sobretudo, por nossos autores".

Não ter o rabo preso com exigências de vigoroso desempenho comercial para cada título lançado não significa que a New Press trabalhe no vermelho. Ela depende substancialmente das doações que viabilizam sua operação, mas o lucro é perseguido para ser reinvestido na ampliação do catálogo.

A editora sem fins lucrativos voltada para obras de interesse geral e, sobretudo, disposta a abrir espaço para nossos ficcionistas é uma opção viável no Brasil? O País já tem um bom número de casas publicadoras que não visam ao lucro, geralmente vinculadas a instituições de ensino públicas ou privadas. Toda universidade é obrigada por lei a manter uma editora própria, cujos catálogos geralmente abrigam sua produção acadêmica, além de conteúdos relacionados aos cursos que ministra. A Associação Brasileira de Editoras Universitárias (Abeu), com 25 anos de existência, tem mais de cem associados e participação ativa nos eventos livreiros do País. Mas essas editoras trabalham geralmente com nichos muito específicos - quase não publicam, por exemplo, ficção literária - e permanecem praticamente fora do mercado, sem acesso às livrarias.

A consolidação de um empreendimento dessa natureza, dedicado a investir em qualidade de conteúdo para amplo consumo, depende da existência de um elenco de doadores comprometidos com a missão civilizadora do livro. É bem mais fácil encontrá-los nos EUA do que por aqui.

Voltaremos ao tema.