



MISCELÂNEA

Revista de Pós-Graduação em Letras

UNESP – Campus de Assis

ISSN: 1984-2899

www.assis.unesp.br/miscelanea

Miscelânea, Assis, vol.6, jun./nov. 2009



REINAÇÕES DE MONTEIRO LOBATO: LITERATURA E MERCADO EDITORIAL

Gláucio Aranha
(Orientador — UFF)
Guilherme Bezzi Conde
(Graduando — UFF)

RESUMO

O foco deste ensaio são os projetos literário e editorial de Monteiro Lobato, procurando destacar as conseqüências da convergência de ambos os objetos na obra do autor. Desta forma, foi enfatizado o paradigma que conduziu Lobato na construção do seu perfil como autor e editor, abordando suas estratégias adotadas a fim de ter o livro como um objeto inserido na intercessão entre o universo literário e o mercado. Também será destacado aqui o papel central destes projetos para a construção das bases de uma indústria de literatura de entretenimento no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE

Monteiro Lobato; literatura de massa; mercado editorial.

ABSTRACT

The focus of this essay are the Monteiro Lobato's literary and publishing projects, looking for highlight the repercussion of the convergence of both objects in the work of the author. In this way, it was emphasized the paradigm that led Lobato for the construction of your profile as author and editor, addressing their adopted strategies to take the book as an object inserted in the intercession between the literary universe and the market. It will also be placed here the pivotal role of these projects for the construction of the entertainment literature bases in Brazil.

KEY-WORDS

Monteiro Lobato; mass literature; publishing industry.

No presente ensaio,¹ a figura de Monteiro Lobato (1882-1948) é focada como senhor de dois reinos: o da Literatura e o da Indústria Editorial. Em ambos, sua imagem pode ser apreciada sob a lente da polêmica. Não nos interessa, aqui, chafurdar na microscopia de sua carreira, mas, sim, voltar os olhos para a singularidade de seu projeto literário e editorial em sua época. Cabe, obviamente, uma série de ressalvas a seu respeito. Lobato foi rei venturoso da literatura infanto-juvenil e rei (de)posto da Indústria Editorial.

Como editor, foi perseguido pelo fracasso. Primeiro por questões de má administração que levou seu primeiro empreendimento, a Editora Monteiro Lobato, à concordata. Depois, por questões contextuais, não sobrevivendo financeiramente ao crash de 1929, fracassando em seu segundo empreendimento editorial, a Companhia Editora Nacional.

Estes dois pontos poderiam nos levar a questionar a pertinência de trazer a tona o projeto editorial de Lobato como ponto relevante. Todavia, não nos parece possível distinguir as implicações deste projeto na constituição de sua faceta literária. Na obra de Monteiro Lobato, a preocupação do escritor e do editor converge, indissociavelmente. Trata-se de um projeto de fronteira, localizado no território de tensão entre a indústria editorial e a instituição literária. Lobato pode ser considerado, no Brasil, um precursor do que se convencionou chamar hoje de Literatura de Entretenimento (ECO, 2000).

Este autor é figura notável tanto no campo da literatura como — em termos contemporâneos — no campo do *marketing*. Aliás, sempre esteve atento à criação de sua *persona* literária. Atuou não apenas como agente empírico (autor e editor), mas também como teórico (crítico e ensaísta), sem falar em seus múltiplos engajamentos sociais (LAJOLO, 1983). Lobato empenhou, ainda, seu espírito e seu engenho na formulação de um projeto literário e outro editorial, que de certo modo se apresentavam como faces de

¹ O presente ensaio foi desenvolvido a partir da comunicação *O projeto comercial e literário de Monteiro Lobato*, apresentada no VI Congresso Nacional de História da Mídia, em 2008.

uma mesma moeda, aspectos aplicados de uma mesma concepção mais geral: de vida e de política (PASSIANI, 2002).

O cheiro do progresso: Lobato e a modernidade no Brasil

Lobato se insere em um momento determinante da vida política nacional: o início da Primeira República, a passagem do século, a sensação moderna de que algo de novo estava por vir, o "cheiro do progresso". Notadamente, é nesta época que se formulam as propostas teóricas fundamentais para a consolidação deste momento da república, no qual a participação da intelectualidade brasileira se destacou. "Convocados" à praça pública para o debate de novas idéias (novas narrativas), intelectuais de variadas tendências mostravam aspectos diferentes e, por vezes, divergentes desse processo. Para Enio Passiani:

É nesse solo fértil de idéias sobre e para o Brasil que é possível enquadrar Monteiro Lobato. O escritor vale-paraibano, assim como outros tantos intelectuais do período, também tinha um projeto para o país, também fez de sua pena sua principal arma de combate contra as mazelas da jovem república (PASSIANI, 2002, p. 249).

Muitos destes intelectuais apontavam a Europa como modelo ideal de civilização, e pareciam sonhar com a edificação de uma Paris dos trópicos como capital nacional; outros, porém, ressaltavam os aspectos marginalizantes desta proposta. De certa forma, o que estava em jogo era também uma discussão mais ampla de inserção nacional em um projeto Moderno, de especulação sobre o papel do país nos "novos tempos". Além dos ventos positivistas, evolucionistas, "civilizatórios" que vinham da Europa, chegavam por aqui também as influências das Vanguardas Européias.

Era preciso, portanto, a tomada de posições diante de questões fundamentais para esta intelectualidade. Cultura, Arte e Política passavam por transformações importantes, e, mais que isto, voltavam-se para "novos tempos", o que implicava novas formas de conjugação daqueles três campos. O

projeto de Lobato apresentava um posicionamento claro diante destas questões e tentava articulá-las de forma a dar conta das alterações contextuais. O ponto central estava no desejo de modernização do Brasil, de fazê-lo respirar novos ares. “Um país se faz com homens e livros”, dizia a máxima de Lobato e, partindo deste enunciado, construiu uma vida editorial e literária.

Bases do projeto editorial e literário de Monteiro Lobato

Entre seu legado autoral, Lobato publicou, em 1943, o livro-documento intitulado *A Barca de Gleyre*. Trata-se de um registro das correspondências trocadas entre Lobato e Godofredo Rangel. Obviamente, por se tratar de um apanhado do próprio autor, necessário se faz aplicar um olhar cauteloso sobre os relatos, o que de modo nenhum afasta seu valor como fonte de reflexão sobre as tensões e as questões em pauta no projeto lobatiano.

Em uma das cartas que compõem *A Barca de Gleyre*, o autor diz que desde seu primeiro livro vinha construindo uma marca e um público: “Eu fiz meu público, eu estou fazendo este meu público desde a primeira edição de *A Menina do Narizinho Arrebitado* [...] Quem não conhece a marca M.L.?” (LOBATO, 1950). Essa frase, aparentemente simples, talvez sintetize as idéias e o caráter inovador do pensamento de Lobato no universo editorial daquele período. É sua preocupação inserir o processo literário, em outro, até então tido como de natureza diversa, ou pelo menos afastada: o processo industrial do livro. Neste, o livro deixa de ser objeto artístico e se transforma em objeto comercial.

Ao aliar literatura e mercado, Monteiro Lobato respondia às suas convicções políticas. Para ele, era preciso “entupir” o Brasil com uma chuva de livros (PASSIANI, 2002, p. 253). Em certos momentos, revelou-se um editor audacioso, conjugando o talento comercial com a sensibilidade social como, por exemplo, ao vender para o Governo do Estado de São Paulo, por atacado, o livro *A Menina do Narizinho Arrebitado*, como obra didática para uso nas escolas (KOSHIYAMA, 2004, p. 2-3). Este caso ilustra solidamente a

convergência do autor de literatura de massa e do editor arrojado. *Narizinho Arrebitado* foi publicado em 1921, com uma impressionante tiragem para uma primeira edição, somando 50.500 livros. Volume considerável para a indústria de livros nacional do período, especialmente no segmento infantil.

O meu *Narizinho*, do qual tirei 50.500 edições — a maior edição do mundo! [...] Nunca pensei que 50.500 fossem tanta coisa! [...] O problema agora é vender, fazer com que o público absorva a torrente de narizes (LOBATO, 1950, 2 vol., p. 230).

Vale destacar que no mesmo ano lançou também *O Saci* e *A onda verde*, sendo este último direcionado para o público adulto. Lobato avançava de modo engajado sobre temas como saneamento básico, educação, petróleo, eleições, dentre outros problemas brasileiros de seu tempo (PASSIANI, 2002). Esta inclinação já podia ser sentida em obras como *Urupês* (1918), *Cidades Mortas* (1919) e *Negrinha* (1920). Para ele, o desenvolvimento da nação era sinônimo de eliminação da miséria, bem como da sustentação e bom aproveitamento das riquezas naturais (LOBATO, 1980). Apontava como obstáculo principal a falta de símbolos de aglutinação nacional, o qual era por ele percebido como um elemento essencial para a construção de uma identidade nacional (CANCELLI, 2004).

Como editor, conseguiu conjugar os campos da literatura e do mercado, preocupando-se em publicar autores nacionais talentosos como, por exemplo, Oliveira Vianna, Lima Barreto, Menotti del Picchia, Oswald de Andrade e tantos outros. Na ordem de suas metas, estava a confecção de livros baratos e acessíveis que pudessem ser veiculados em espaços alternativos em relação às livrarias, demonstrando uma aguda e pioneira visão da indústria editorial. Outro de seus projetos envolvia o barateamento do processo de produção do livro, recorrendo, por exemplo, ao uso de papel mais barato. Isto por entender, já naquele momento, que o fator financeiro representava um entrave significativo para a construção de um público leitor. Antonio Candido destaca a relevância da editora de Lobato — a Cia. Gráfico Editora Monteiro Lobato —

para a indústria editorial brasileira e o modo como ela “revolucionaria a feitura do livro” (CANDIDO, 1999, p. 67).

Lobato e os paradigmas da literatura de massa

Como destaca Muniz Sodré (1988), ao longo do processo de emergência da Literatura de Massa ou Literatura de Entretenimento (ECO, 2000) firmaram-se alguns paradigmas que passaram a nortear a produção dos *best-sellers* na contemporaneidade. Curiosamente, no projeto de Monteiro Lobato para a escrita e editoração já era possível encontrar a orientação consciente para tais elementos que somente viriam se cristalizar bem mais tarde, são eles: a atualidade informativo-jornalístico, a estrutura do Mito, o pedagogismo e a presença referencial da literatura erudita (SODRÉ, 1988).

O projeto lobatiano previa uma atenta percepção para as demandas da própria lógica capitalista, no tocante à produção de bens de consumo, levando em consideração, deste modo, a importância da geração de inovações dos aspectos comerciais do livro, passando, por exemplo, pelos atrativos gráficos.

Este tipo de preocupação editorial estava presente também em relação à sua concepção literária, passando a privilegiar a criação de um estilo propriamente brasileiro, entendendo como tal um discurso que se revelasse livre das influências estrangeiras e da simples reprodução de modelos europeus. Buscava, sobretudo, afastar-se dos excessos ornamentais do *art nouveau* que seduzia a muitos dos seus pares no período (PASSIANI, 2002, p. 250-1).

No projeto lobatiano está em jogo a possibilidade e o desejo de ser vitorioso comercial e literariamente, avançando em ambos os sentidos com o intuito de manter esses dois aspectos conjugados. Ao desejar modernizar o país e levar o povo à discussão de temas que julgava relevantes, os quais via fora da pauta de debates popular, Lobato notou a necessidade de fundir estética, política e mercado para fazer chegar ao maior número possível de pessoas um objeto de qualidade e propagador de idéias específicas. Tal preocupação revela o que Sodré nomeia como o caráter de atualidade informativo-jornalístico da

produção de literatura de massa contemporânea, ou seja, a tendência de tomar o romance de massa como espaço informativo, divulgando fatos, teorias e/ou doutrinas. Na obra de Lobato, encontram-se numerosos casos ilustrativos deste paradigma (críticas, obras literárias voltadas para o público adulto, ensaios, etc.). Cumpre ressaltar que, em grande parte por suas idéias contrárias a alguns dos ícones do cânone literário do modernismo brasileiro, a figura de Monteiro Lobato acabou sendo injustamente atrelada quase que exclusivamente à sua produção infanto-juvenil, que mesmo sendo reconhecida como uma "invenção original e moderna, escritos da mais encantadora vivacidade" (CANDIDO, 1999, p. 67) não descreve a efetiva e ampla representação do conjunto de sua obra.

É possível observar, no final do regime militar, uma tônica maior na profissionalização de escritores e editores no Brasil. A entrada da lógica empresarial no universo literário contribuiu para que houvesse uma significativa ampliação dos consumidores de livros, bem como de sua circulação (ALMEIDA, 2003). Cumpre observar que esta lógica estava presente na proposta de Lobato já na década de 20. De forma pioneira, o escritor passou a adotar em sua editora o uso de capas ilustradas, normalmente recorrendo a conhecidos pintores brasileiros da época, dentre os quais Di Cavalcanti, Anita Malfatti e J. Prado. Outro elemento com o qual ele já se preocupava naquele momento diz respeito ao aspecto interno da publicação, contribuindo para a sua significativa melhoria a partir de um olhar mais atento à diagramação, tipo de letra, ilustrações e outros. Nota-se, ainda, uma preocupação ímpar para o período com o leitor e a sua satisfação, isto é, uma busca no sentido de cativá-lo, tornando-o um consumidor permanente (PASSIANI, 2002).

No entanto, ainda hoje, ao analisar as principais dificuldades para a penetração de livros infanto-juvenis no mercado, encontramos problemas semelhantes aos que, aparentemente, Lobato já havia solucionado. Vale destacar que sua editora encerrou suas atividades em 1925, todavia seu

modelo viria influenciar empreendimentos editoriais brasileiras posteriores, como, por exemplo, a postura editorial da Companhia Editora Nacional.

Lobato instaura uma percepção diferenciada para o universo de leitores, passando a percebê-los não apenas como o comprador avulso, final. Dirige-se, assim, também às instituições, muitas das quais governamentais. Este posicionamento, como atesta Lígia Virgínia Santos (2001), alterou a percepção de muitas das outras editoras do período que passaram a trabalhar com novos públicos e novos produtos, com destaque para a fixação de um nicho para livros infanto-juvenis. Destaca, ainda, que o contato das produtoras deste segmento passou a se dirigir não ao seu leitor imediato (crianças e adolescentes), mas aos formadores de opinião (instituições de ensino, pais, etc.).

Verifica-se, por outro lado, que a indústria brasileira tomou caminhos que se distanciaram cada vez mais do projeto lobatiano, caindo em uma burocratização nos aspectos de divulgação das obras, bem como em um afastamento da visão centrada na popularização do livro. Ao invés de uma esperada agilização, devido às novas possibilidades de comunicação com o leitor e com a formação de um marketing editorial voltado exclusivamente para sanar os problemas desta indústria, percebe-se a precariedade e a pouca intensidade da chegada de informações referentes aos livros, os lançamentos e as atividades relacionadas com a literatura por parte das editoras. Longe das lições de Lobato, verifica-se, hoje, no tocante ao segmento literatura infanto-juvenil que as editoras ainda privilegiam táticas de inclusão em processos de compra centrados nos livros educativos ao invés de explorar os aspectos literários na divulgação junto aos leitores (SANTOS, 2001).

Para Lobato, o mais importante era o aspecto eminentemente prático da editoração, isto é, dedicar-se a perceber novas demandas e produzir obras literárias que o mercado efetivamente buscava (KOSHIYAMA, 2004). Objetivo perseguido por ele com afinco até sua falência, devido ao *crack* da bolsa, em 1929.

Não é de se estranhar que, em contraste com o cenário de poucos autores nacionais sendo editados na década de 50, fosse Lobato um caso a parte. Na faixa de livros para crianças de 10 a 12 anos, sua obra podia ser encontrada no mercado brasileiro com a marca de 72 edições, aproximando-se das edições de Jules Verne, das histórias da Condessa de Ségur e dos contos populares coletados pelos irmãos Grimm, bem como de Perrault e de fenômenos de venda daquele período, como o representado por Walt Disney (MACHADO, 2006).

São também indícios da vitalidade da obra de Lobato as adaptações baseadas em seus livros, como, por exemplo, o *Sítio do Pica-Pau Amarelo*, que ganhou em 2006 sua quinta versão televisiva desde outubro de 2001. A primeira foi ao ar na TV Tupi entre 1952 e 1962, a segunda na TV Cultura em 1964, a terceira na Rede Bandeirantes em 1967 e a quarta na Globo entre 1977 e 1986, totalizando, portanto, cerca de 27 anos de adaptações televisivas da obra de Lobato. São frequentes também as versões para as histórias em quadrinhos e para o teatro. Tal fato, além de indicativo de um filão de sucesso, sugere a força e vitalidade da literatura produzida por este autor, bem como a possibilidade de maior exploração da “marca” Monteiro Lobato, por exemplo, com a emergência de novos suportes, tais como os meios audiovisuais.

A fim de tirarmos o maior número de lições do projeto de Monteiro Lobato, é preciso ir além de suas qualidades mais evidentes e nos debruçarmos também sobre as especificidades da obra que permitiram o sucesso desse projeto. Impõem-se a discussão acerca da aliança entre literatura, entretenimento e indústria editorial, sendo justamente esta relação que Lobato, embrionariamente, trabalhava e que poderia ser atualmente relida sob a rubrica “literatura de massa” ou “literatura de entretenimento”, como sugere Umberto Eco (2000). É este aspecto que já estava presente no projeto de Monteiro Lobato, sendo alvo de suas numerosas reflexões e ações exploratórias. Livros que além de instrumentalizar o *conhecer*, divertiam, estimulavam a leitura, despertando o caráter lúdico do texto literário.

E mesmo aqueles livros do escritor de caráter nitidamente pedagógico, mas acentuado tratamento literário, são apresentados sem o apelo para a utilização estritamente pedagógica [...]. O apelo pedagógico e utilitário que poderia estar aí presente dá lugar a aspectos da dimensão literária, aos elementos das narrativas de ficção, com seus personagens, cenário e trama, o que aponta uma abertura para os interesses autônomos e sua inserção nos discursos "escolares", ou melhor, nos discursos em diálogo com a escola. (MACHADO, 2006, p. 99).

Ainda que a figura de Autor, Editor, Ativista Político, Adido Comercial, etc., possa ser usada para qualificação e legitimação de sua obra, entra em jogo aqui uma disparidade de tempos. Monteiro Lobato está inevitavelmente associado ao Modernismo, ao traçado cuidadosamente arquitetado de planos de vida política e literária. Todos esses aspectos de sua vida já foram devidamente saudados por Alberto Conte (1948), Edgar Cavalheiro (1956), Alice Koshiyama (1982) e Marisa Lajolo (1985), dentre outros. Entretanto, nenhum deles penetrou a atualidade do pensamento de Lobato em relação à dinâmica da indústria cultural em seus tempos e seus ecos.

Monteiro Lobato revela uma capacidade "elástica" de se aproximar sem muitas dificuldades de definições apenas hoje claramente discerníveis sob a rubrica Literatura de Massa, aglutinando uma série de elementos que contribuem para a compreensão do processo de formação deste segmento no Brasil. O estudo deste precursor abre espaço para reavaliarmos sua experiência e sua marca em nossa literatura.

A contemporaneidade se revela um terreno fértil para alguns aspectos que já interessavam ao projeto de Lobato, tal como a visão qualitativa da indústria editorial, buscando a sustentação do produto-livro em diversos campos, pensando a literatura como atividade comercial e, ao mesmo tempo, como instrumento de transformação social. Para ele, a credibilidade de uma editora estava estreitamente ligada ao produto literário que fornece e à "confiança" que produz em relação à qualidade das obras publicadas.

Embora o projeto de Monteiro Lobato, no sentido de unir a qualidade literária e mercadológica, tenha sido por muito tempo visto como contraditório

(e ainda hoje, em algumas esferas), ele foi capaz de dar conta de problemas que, se já existiam no início do séc. XX, só foram mais tarde vistos com mais clareza. Neste sentido, sua figura possui um certo aspecto *avant-garde* em seu empenho para a legitimação de um pelo outro. Assim, o intelectual respalda a diversão e o contador de histórias coloca de lado a austeridade do conhecimento. Citando Renato Ortiz (1989):

Se levarmos em consideração, nesse contexto, a presença ativa dos empresários no campo da cultura artística e da cultura de mercado, percebemos que a interpenetração entre a esfera de produção restrita e a ampliada é num país subdesenvolvido como Brasil uma necessidade histórica. Nesse caso, o trânsito entre o "erudito" e os meios de massa transfere para estes últimos um capital simbólico que adere à cultura popular de massa que é produzida (ORTIZ, 1989).

Monteiro Lobato foi capaz de antecipar em pelo menos 50 anos questões que assombrariam a instituição literária e a vida editorial nacional e não apenas por propor, mas também por praticar e provar a viabilidade de um conjunto notável de estratégias na concepção do fazer literário, pois se "um país se faz com homens e livros", a história e visão de futuro deste é feita também com a memória destes homens.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Marco Antônio de. Estratégias de Legitimidade e Distinção no Mercado Editorial. In: *XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (Anais). Belo Horizonte, 2003.

CANCELLI, Elizabeth. A América do desejo: pesadelo, exotismo e sonho. *História*. [online]. Vol. 23, nº. 1-2, 2004, pp. 111-132. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S010190742004000200007&lng=en&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em: 20 fev.2008.

CANDIDO, Antonio. Iniciação à Literatura Brasileira. *Humanitas*. São Paulo: FFLCH/USP, 1999.

CAVALHEIRO, Edgar. *Monteiro Lobato: vida e obra*. São Paulo: Nacional, 1956.

CONTE, Alberto. *Monteiro Lobato: o homem e a obra*. São Paulo: Brasiliense, 1948.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2000. (Série Debates 19).

KOSHIYAMA, Alice. *Monteiro Lobato: intelectual, empresário, editor*. São Paulo: EDUSP, 1982.

KOSHIYAMA, Alice. Atualidade de Monteiro Lobato para a indústria do Livro. In: *I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial*, 2004, Casa de Rui Barbosa, FCRB — UFF/PPGCOM — UFF/LIED, Rio de Janeiro, 2004.

LAJOLO, Marisa. Jeca Tatu em três tempos. In: SCHWARZ, Roberto (org.). *Os pobres na literatura brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

LAJOLO, Marisa. *Monteiro Lobato*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

LOBATO, Monteiro. *A Barca de Gleyve*. Vols. 1 e 2. São Paulo: Brasiliense, 1950.

LOBATO, Monteiro. *América*. São Paulo: Brasiliense, 1980.

MACHADO, Maria Zélia Versiani. Uma questão de gosto. In: *Revista da Faced*, nº.10, 2006, p. 97-112.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

PASSIANI, Enio. Na trilha do Jeca: Monteiro Lobato, o público leitor e a formação do campo literário no Brasil. In: *Interfaces — Sociologias*, Porto Alegre, Ano 4, nº. 7, jan/jun, 2002, p. 254-270.

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

SODRÉ, Muniz. *Best-Seller: a literatura de mercado*. Rio de Janeiro: Editora Ática, 1988.

Artigo recebido em 01/03/2009 e publicado em 30/09/2009.