

A MEDIAÇÃO (*ESCUSA?*) DOS DIVULGADORES DE LIVROS

Graça Paulino
UFMG

Os estudos que procuram levar em conta as várias dimensões de existência do livro tratam de sua produção textual e gráfica, de sua publicação e comercialização, de sua leitura e crítica, de sua história, de sua relação com outros suportes. O número de pesquisas sobre autores e textos é, com certeza, maior que o de outras, envolvendo não só o resgate da longa história da literatura, como também biografias de autores, tipologias textuais, teorias literárias, dissecações filológicas e estilísticas, perquirições semióticas, além de outras antigas ou novas formas de abordagem e campos de conhecimento que agora não nos acodem à memória. Não à toa, as pesquisas que se destacaram na última década tomaram como objeto preferencial o suporte e sua leitura.

Por outro lado, como mais um produto no mercado de bens simbólicos, o livro tem sido objeto insistentemente visado pelas ciências sociais, que revelam nele comprometimentos ideológicos, institucionais, econômicos. Mais recentes são os vaticínios sobre a morte desse "velho amigo", presumindo-o ultrapassado pelas redes tecnológicas de comunicação. No final do século XX, alguns pensadores não só enfatizavam a importância de leitores e leituras, que corresponderiam a uma pluralização de olhares sobre o livro, como também, simultaneamente, assinalavam o possível término de uma longa e conturbada relação. As reações contrárias à anunciada morte do livro não tardaram a se manifestar e hoje se fortalecem com certa tranquilidade, facilitada pelo fato de que sua produção, venda e leitura não estão em queda nesta contraditória fase de globalização que vivemos.

Esse movimento sofisticado e diversificado de pesquisas sobre livros, quando se volta para os agentes envolvidos em sua circulação, deixa, surpreendentemente, de fora o contingente

numeroso e significativo dos divulgadores de livros. Bibliotecários, livreiros, professores, jornalistas, bibliófilos, contadores populares de histórias e até mães zelosas foram descobertos e analisados como mediadores de leituras. Mas os divulgadores, profissionais contratados por editoras e distribuidoras para fazer com que livros cheguem até livreiros ou até outros mediadores com poder de compra não apenas pessoal como extensiva a outros leitores, permanecem ainda longe da atenção dos especialistas. Tratados como meros profissionais de vendas, sem poder simbólico, os divulgadores têm sido banidos das pesquisas que abordam sujeitos e esferas de interferência significativa nos processos de recepção de livros.

Nem os vendedores ambulantes do passado literário ficaram tão esquecidos. Roger Chartier (2000)¹, por exemplo, destaca a importância dos cegos que vendiam livros em Castela, nos séculos XVII e XVIII, assim como o papel decisivo dos vendedores ambulantes dos *chapbooks* na Inglaterra do século XVII. Em seu estudo sobre a literatura clandestina do século XVIII na França, também Robert Darnton (1992)² dedica um capítulo inteiro aos camelôs do livro, afirmando que a análise do mercado literário tem sentido "na medida em que se reconstitui, nos mundos diferentes dos editores, vendedores ambulantes, livreiros e leitores a agregação de meios sociais que acaba por produzir o livro e sua circulação" (p. 52). Mal vistos pela polícia da época, quando os livreiros estabelecidos formavam suas primeiras associações na França, os ambulantes sem licença corriam de uma cidade para outra, fazendo, segundo Darnton, uma "difusão por capilaridade" (p. 59). E vai ainda mais longe a percepção que o historiador tem da importância deles, quando os caracteriza como "vetores de idéias novas, intermediários culturais no mercado do livro" (p. 67).

¹ CHARTIER, Roger. *Os desafios da escrita*. Trad Fulvia Moretto. São Paulo: EDUNESP, 2002

² DARNTON, Robert. *Edição e sedição: o universo da literatura clandestina no século XVIII*. Trad Myriam Campello. São Paulo: Companhia das Letras, 1992

Tento promover aqui, seguindo o exemplo de Chartier e Darnton, uma breve inserção dos atuais divulgadores brasileiros de livros no universo das pesquisas acadêmicas sobre literatura. Para isso, selecionei um subgrupo cujo papel interessa mais de perto à área da Educação: o dos divulgadores escolares.

Todos os trabalhadores da escola os conhecem, dos porteiros aos diretores. Às vezes são considerados incômodos, mas jamais um professor os dispensaria para sempre, pois sabe que sem eles seu distanciamento para com o verdadeiro mundo dos livros se tornaria ainda maior. Sem tempo para freqüentar casas editoriais – muitas no Rio ou São Paulo – e sem hábito de freqüentar livrarias, pedagogos e professores dependem dos divulgadores para saber de lançamentos e reedições, para ler comentários críticos breves e "selecionados", para pegar nos livros mais atraentes, folheá-los, e, de vez em quando, até ganhá-los. O intervalo para merenda se torna um momento especialmente letrado quando aparece na escola um divulgador, com sua pasta cheia de catálogos, *folders* e...livros.

Entrevistei, em junho de 2002, a gerente da equipe de divulgadores da Editora Dimensão, Inácia Marçal. Com quase toda a sua vida profissional dedicada a essa editora, Inácia agora chefia um grupo de sete divulgadores escolares, mão-de-obra correspondente a 20% do total de empregados da Empresa, que é de porte médio, pelo faturamento obtido, e se dedica especialmente à publicação de didáticos e de literatura para crianças e jovens. A divulgação em outros estados é terceirizada, pois, segundo Inácia, não seria vantajoso para a Editora manter filiais neles, já que o maior volume de vendas escolares se concentra em Minas Gerais. Assim, três divulgadores se ocupam das escolas da Grande Belo Horizonte e quatro percorrem cidades do interior. Trata-se de uma equipe fixa encarregada de percorrer escolas grandes, da rede pública (70%) e privada (30%), durante todo o ano letivo. No percentual de vendas há uma inversão

referente ao tipo de livro: a maior compra de literatura é realizada pelas escolas particulares, ficando as públicas com os didáticos. Exatamente por isso, na época da escolha de livros didáticos para serem comprados pelo MEC, a equipe triplica, reforçada por trabalhadores temporários.

É notória a importância das aquisições do MEC para a vida dessa Editora, assim como para a de outras que publicam preferencialmente material didático. Zélia Almeida, a proprietária, formada em Pedagogia e em Letras, tornou-se conhecida por vender, na década de 70, quando o MEC ainda não comprava livros, quatro milhões de exemplares de uma coleção intitulada *Atividades de Linguagem*, dirigida a alunos de primeira a quarta série e editada em São Paulo pela FTD. Enriquecendo como autora, Zélia Almeida pôde fundar, em 1985, uma pequena editora própria, que teve como primeiro divulgador escolar seu marido, Gilberto Gusmão, e como primeira funcionária exatamente a atual chefe da equipe de divulgadores, Inácia Marçal.

Na verdade, todas as vendas de uma editora desse tipo dependem, direta ou indiretamente, do trabalho dos divulgadores escolares. Talvez por isso, eles mesmos não tenham a devida consciência de seu papel na cultura letrada. Julgam-se vendedores e não outro tipo de profissional. Essa "mistura" é que talvez provoque certo mal estar à academia, que a considera quase escusa, por confundir comércio e cultura. Assim, não se pode considerar gratuito o fato de que o *status* dos divulgadores, no mínimo ambíguo, os tenha deixado ausentes das pesquisas sobre leitura. Lembremos que Bourdieu (1982)³ apontou a busca de reconhecimento cultural "puro" como um constituinte da organização e funcionamento do campo de produção erudita: "os não-produtores de bens culturais podem ser recrutados tanto nas frações não-intelectuais das

³ BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. Trad Sergio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 1982

classes dominantes como nas demais classes", enquanto os produtores culturais consideram-se produzindo para seu próprio grupo, fora da esfera econômica de interesses (p.105).

Para esse deslocamento em direção ao campo econômico também contribui o modo como são selecionados os divulgadores, e um caso recente da mesma Editora Dimensão ilustra bem isso. Depois de fundar e tentar erguer durante certo tempo sua própria distribuidora de livros, Inácia Marçal retornou ao quadro de funcionários da Editora e decidiu alterar o de divulgadores, com novas contratações para o interior de Minas. O anúncio abria seleção para a função de "divulgador-vendedor", exigindo ao mesmo tempo "interesse por leitura" e "experiência na área de vendas". Os candidatos deviam ser casados, com 2.o grau completo e ter entre 30 e 40 anos de idade. Como resultado desse processo de seleção, tornaram-se divulgadores escolares de livros dois ex-vendedores de laboratórios farmacêuticos e um de distribuidora de bebidas. Por quê? Porque demonstraram "ter interesse por leitura". É possível entender melhor essa lógica lendo a resposta que Inácia deu à seguinte pergunta: que treinamento a empresa fornece aos divulgadores sobre seu material de trabalho? Eis seu texto:

Procuramos sempre que possível passar apostilas sobre os livros, as vezes chamamos os autores para falar sobre seu material, exigimos que cada um faça a leitura dos livros, nas reuniões temos um espaço onde o material é manuseado por eles e depois fazemos dinâmicas de apresentação dos mesmos.

Se eles têm de fazer a leitura dos livros, devem demonstrar, já no momento da entrevista de seleção, algum tipo de inserção no universo letrado. Como serão divulgadores de literatura infantil e de livros didáticos e paradidáticos, deduzimos que sua tarefa de "fazer a leitura dos livros" não é simples. Os didáticos vão de cartilhas a coleções das diferentes disciplinas do ensino fundamental. Os literários incluem quase todos os gêneros para crianças e jovens: poesia, crônica,

conto, novela, teatro, biografia ficcionalizada e outros. Bastante trabalho para merecerem o salário fixo de R\$ 700 mais comissões e o uso de um carro da Editora. Mesmo com essas vantagens, o tempo médio de permanência de um divulgador na empresa é de cinco anos. Considera-se normal que eles circulem por diversas editoras. Assim, vão, necessariamente, ampliando e renovando seu repertório textual, o que só pode fazer crescer cada vez mais o exigido "interesse por leitura". Infelizmente, porém, corre-se o risco de interromper-se o processo aos quarenta anos de idade, como nos indica a leitura do anúncio.

Mas há outras histórias. Bem diferente foi, por exemplo, o destino profissional de Maria Genoveva Costa, mais conhecida por Ginu: durante vinte anos seguidos, de 1981 a 2000, foi divulgadora de livros da Editora Lê, junto às escolas de Belo Horizonte. Sua vida como divulgadora colou-se à da própria editora para a qual trabalhava, pois a Lê foi vendida à Formato na mesma época de sua demissão.

Maria Genoveva Costa afirma ter sempre detestado livros didáticos e se orgulha de ter podido dedicar-se apenas à divulgação de literatura infantil durante todo o seu tempo de trabalho. Indagada sobre o modo como divulgava a produção literária, ela se refere à exploração de ilustrações, trechos mais significativos, informações sobre autores, dedicatórias, epígrafes. Declara seu orgulho em ter diversos livros com dedicatórias carinhosas de autores, sendo uma impressa: a de Neuza Sorrenti, no livro *O pardal na cozinha*, "para Ginu, que trabalha com o livro com a mesma alegria de um pardalzinho em plena e clara manhã".

Ginu, a quem as professoras chamavam de sacoleira literária, conta que chegava às escolas "bem humilde" e tentava dialogar com todos: bibliotecárias, professoras de Educação Artística, supervisoras. Seu "toque especial" era também procurar alunos, com os quais conversava sobre preferências, pois acreditava que isso interferia nas escolhas de professores.

Participava de toda a vida social da escola e de seus profissionais, estando sempre presente em velórios, casamentos, festas juninas, aniversários, gincanas. Guarda, numa gaveta cheia, inúmeras cartinhas, bilhetes, convites e até versos a ela dirigidos.

Pode parecer excessivamente sentimentalista a perspectiva de Maria Genoveva quanto ao universo cultural do qual sobreviveu durante vinte anos. Entretanto não nos esqueçamos de que, no "mundo mágico" da literatura infantil, essa atitude perpassa as instâncias de autoria, editoração, crítica literária e também outras mediações, escolares ou não. Trata-se de um mundo cultural subjetivado, em que as emoções, as relações interpessoais e os livros não se distanciam, como acontece nos campos de produção literária e crítica eruditas.

Essa sentimentalização pode ser vista como posicionamento anacrônico e mesmo falseador do pesado jogo do mercado, mas tem seus aspectos admiráveis, ao permitir ainda hoje tal carga de subjetivismo declarado e legitimado por regras internas ao campo, que nós pesquisadores não podemos simplesmente ignorar. Afinal, é da aparência de vivências e emoções "puras" que se sustentam também inúmeros canais de TV, fazendo o encantamento de milhões de espectadores com seus *reality shows*.

Lembramo-nos também da ironia do filme pastichado de Almodovar, *A flor do meu segredo*, em que o "grande sonho" da escritora protagonista era produzir uma narrativa erudita, enquanto toda a sua vida se desenrola em lágrimas, desilusão amorosa, apego ao colo materno, fantasia. Quem de fato produz a narrativa de seus sonhos é o filho da empregada, que cata no lixo as páginas rasgadas pela patroa-autora. E quem continua seu trabalho de escrever literatura de mercado é um rico, respeitável e bem formado editor de jornal. Quando o *kitsch* e o *cult* se fundem e deslocam as regras de cada campo de produção, "espreitamos na incerteza os signos forçosamente ambíguos de uma eleição sempre oscilante" (Bourdieu, 1982, p. 165).

Ante tais deslocamentos, a divulgadora Maria Genoveva Costa, que se veste de Bonequinha Preta no Palácio das Artes, durante a 1.a Bienal do Livro de Belo Horizonte, que recebe o "Troféu Mulheres Notáveis Cecília Meireles" em Itabira, que é diretora social da Câmara Mineira do Livro, não mais surpreende o campo erudito pela fusão entre o nível profissional e o pessoal. Mesmo porque não deixa de destacar o lado cinzento dessa atividade de mediação cultural, ao exibir para mim, a pesquisadora, duas cicatrizes que marcam para sempre seus braços, cicatrizes estas decorrentes de cirurgias a que teve de submeter-se por carregar, tantos anos, a pesada pasta cheia de livros que chegava incansavelmente às escolas da Capital do Estado de Minas Gerais, país Brasil, continente América Latina, planeta literatura, galáxia Gutenberg.

À guisa de conclusão, retomemos as extensões de sentido que pode adquirir o qualificativo escolhido aqui para caracterizar o antigo modo erudito de encarar a mediação dos divulgadores de livros: mediação *escusa*. Escusa, negativamente, como sinônimo de mediação suspeita, quando oferece como brindes, em vez de livros, bebedouro, pintura nova, portão eletrônico para as escolas pobres de nosso país, em troca da adoção de livros. Mas escusa também no sentido de escondida, envergonhada maneira como se vem constituindo essa mediação escolar de leituras, cujo valor talvez, no bojo dos estudos culturais, fazendo pesquisas sobre livros, iremos conseguir ainda enxergar. Enfim, os divulgadores escolares não precisariam desculpar-se por sua existência, nem de fato o fazem. Os pesquisadores universitários é que precisariam desculpar-se por seus velhos preconceitos.