



Ilustração de J. Prado para o livro *O dever de matar*, de Oscar Wilde, publicado pela Cia. Graphico-Editora Monteiro Lobato, em meados da década de 1920

Lobato e a máquina de vender livros

A partir de nova documentação, pesquisa revisita contribuição do escritor para a história editorial brasileira

Luisa Destri

Revolucionário. Era assim que Monteiro Lobato (1882-1948), por volta dos 60 anos, já considerado o mais importante autor brasileiro de literatura infantil, referia-se de modo imodesto à sua própria atuação como editor, entre 1918 e 1927. A autoqualificação fez escola: o adjetivo foi reproduzido muitas vezes, inclusive por seu principal biógrafo, Edgard Cavalheiro, autor de *Monteiro Lobato: Vida e obra* (1955), o primeiro a reconstituir em detalhes sua atuação nessa atividade. Agora, com base em documentos até recentemente inéditos, tal aspecto de sua imagem volta ao centro do debate. “Todos os trabalhos que o apresentam como editor com grande capacidade de inovar tinham como fonte principal o que o próprio Lobato dizia a respeito de si mesmo”, afirma Cilza Bignotto, professora de teoria literária e literatura brasileira na Universidade Federal de Ouro Preto (Ufop). No livro *Figuras de autor, figuras de editor* (Unesp, 2018), ao revisar a história empresarial de Lobato, analisa em que medida ela foi transformadora.

“Lobato precisa, de fato, ser festejado como um dos grandes editores brasileiros, como alguém que inovou muitas das práticas então existentes”, avalia a pesquisadora. Um de seus feitos, como Bignotto procura mostrar, foi o estabelecimento de uma rede de distribuição que viria a transformar o mercado editorial do país. Lobato, que já no início dos anos 1920 distribuía seus livros a localidades de todo o Brasil, inclusive no então

território do Acre, reivindicava para si a criação dessa rede – a partir do que denominou, em entrevista à revista *Leitura*, em 1943, de “resolução revolucionária”: o envio de uma carta a conhecidos seus e prefeitos de outras cidades solicitando indicação de comerciantes que pudessem exibir livros em seus estabelecimentos e que aceitassem vendê-los em consignação. “Negócio da China”, prometia o editor, que não fazia distinção entre livreiros, açougueiros e outros negociantes, e afirmava desse modo ter conseguido mais de mil pontos de venda, superando, assim, a dificuldade que era fazer os livros chegarem aos brasileiros interessados em lê-los.

O episódio tem sido tratado por biógrafos e outros pesquisadores, que mencionam a centralidade da correspondência – cujo paradeiro segue desconhecido – para os destinos do mercado editorial brasileiro. “As cartas constituem um documento que, até hoje, ninguém nunca encontrou”, ressalta Bignotto, dedicada ao universo lobatiano desde a década de 1990 e uma das responsáveis pela criação do Fundo Monteiro Lobato no Centro de Documentação Alexandre Eulálio da Universidade Estadual de Campinas (Cedae-Unicamp) (ver Pesquisa FAPESP Edição Especial FAPESP 50 anos). Bignotto mostra como o comércio de livros se deu a partir de uma estrutura já existente, que Lobato ampliou sobretudo pelo contato com homens de letras e que tinha como base a *Revista do Brasil*, cuja edição esteve sob sua responsabilidade entre 1918 e 1925.

Escritores de distintas regiões do país vendiam assinaturas da publicação, garantindo, assim, a circulação de um veículo que podia, eventualmente, divulgar seus trabalhos. Lobato, por sua vez, “favoreceria com a publicação de artigos aqueles escritores que o ajudassem a vender a revista”, escreve a pesquisadora. Quando a *Revista do Brasil* deixou de ser apenas o título do periódico para se tornar editora homônima, foi pelas mãos desses homens que os livros se espalharam pelo país.

Para a reconstituição da atividade editorial do escritor, juridicamente organizada em cinco empresas ao longo dos nove anos da empreitada, Bignotto valeu-se não apenas de cartas e depoimentos publicados em jornais, mas também do processo judicial referente à falência da Companhia Graphico-Editora Monteiro Lobato, que tramitou entre 1925 e 1927 e que ainda não havia sido explorado integralmente por outro pesquisador. Ela analisou dados de tiragens, pagamentos de direitos autorais, documentos referentes à contratação de autores, registros de vendas para o governo e minúcias do dia a dia do processo de produção. De contratos e da correspondência

trocada com outros autores sobre as condições de publicação, emerge um profissional comprometido com a divulgação das obras, a prestação de contas e o repasse de direitos autorais.

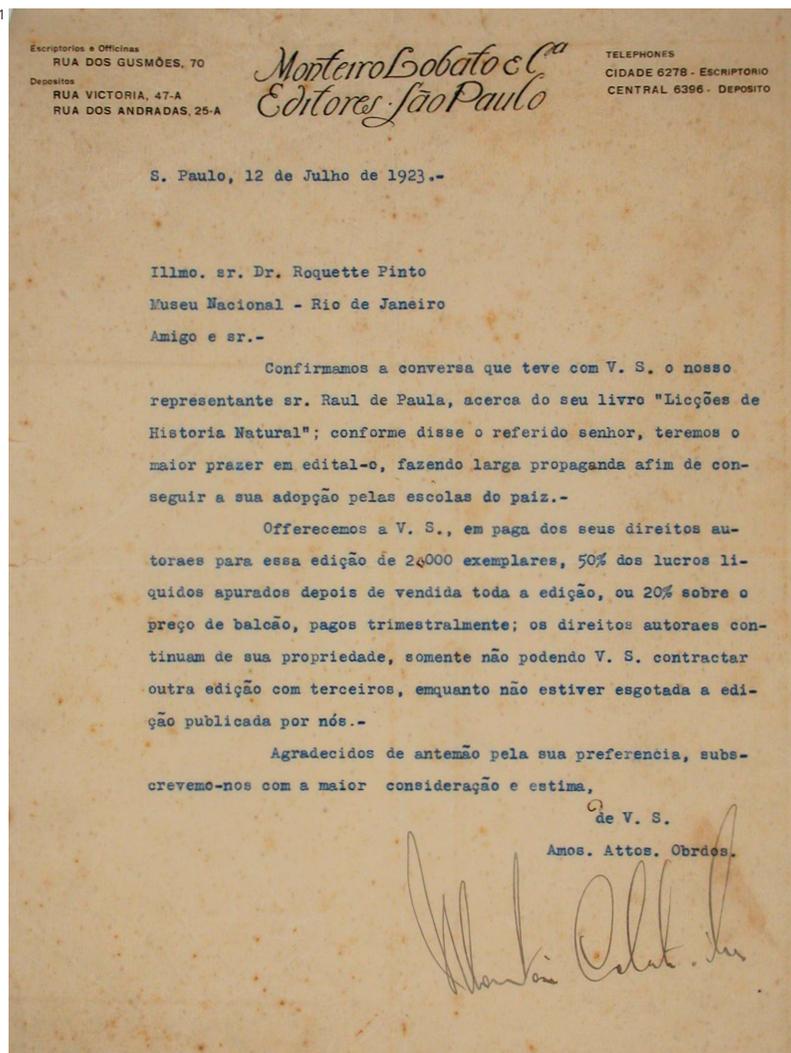
Celebrada em textos do período, a atuação comercial de Lobato era exaltada como uma “grande máquina de vender livros” e ele, identificado como “o pai do livro para as massas”. Lobato segue reconhecido como um precursor na história editorial brasileira, cujas práticas, diz Bignotto, renovou. “Mas é temerário chamá-lo de ‘revolucionário’”, sustenta a pesquisadora, “pois isso faz parecer que não houve editores que, antes dele, fizeram esforços semelhantes”. A primeira parte de *Figuras de autor, figuras de editor* destaca alguns desses editores e suas semelhanças com Lobato – como Francisco de Paula Brito (1809-1861), que tentou estabelecer uma rede nacional de distribuição, e Baptiste-Louis Garnier (1823-1893), francês radicado no Brasil que teria fomentado a profissionalização de escritores. O livro reconstitui a história editorial brasileira desde a instalação da Imprensa Régia, em 1808, pela família real, até o início do século XX, quando a geração de Lobato iniciou a modernização da indústria editorial brasileira.

“Lobato é uma figura singular, mas não única. É parte de um processo de modernização do qual talvez fosse, naquele momento, o ápice, pois investiu no mercado editorial de uma forma que muitos outros não o fizeram”, afirma o sociólogo Enio Passiani, professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Autor de *Na trilha do Jeca: Monteiro Lobato, o público leitor e a formação do campo* (Edusc, 2003), ele credita, em parte à capacidade de autopromoção do escritor, o mito de Lobato como “herói fundador das editoras nacionais”, mas destaca também o grande prestígio que desfrutava no início dos anos 1920: “Lobato foi um editor de êxito porque era um autor de êxito. Sua prática editorial aproveitou toda a rede de relações e a influência que ele havia conquistado como um dos mais importantes escritores daquele momento”.

Iniciada em 1918, com a publicação de *O Saci Pererê: Resultado de um inquérito*, de sua autoria, e encerrada em 1927, quando assumiu o cargo de adido comercial no consulado brasileiro em Nova York, a atuação de Lobato como editor foi marcada por uma série de revezes. “Ele tentou a vida inteira dar certo e volta e meia deu com os burros n’água. Lobato acumulou azares na vida”, observa Marisa Lajolo, professora da Unicamp e da Universidade Presbiteriana Mackenzie e coordenadora do projeto de pesquisa “Monteiro Lobato (1882-1948) e outros modernismos brasileiros”.

Isso é especialmente verdadeiro em relação à Companhia Graphico-Editora Monteiro Lobato, constituída quando o editor, preocupado em assegurar a qualidade gráfica das edições, importou

Carta da editora de Lobato propondo a Roquette Pinto a publicação de seu livro *Lições de história natural*



máquinas e montou uma tipografia. Não demorou muito para que mudanças na política econômica do país levassem ao aumento substancial de sua dívida e à crise que culminaria em falência. Afetaram suas atividades as dificuldades de produção, causadas pela Revolução Tenentista em São Paulo, em 1924, a estiagem ocorrida no ano seguinte, que interrompeu o fornecimento de energia elétrica na cidade, e o boicote do governo ao catálogo da editora, depois de Lobato criticar publicamente medidas tomadas pelo presidente Artur Bernardes (1922-1926).

O editor ficaria na ativa até 1929, graças à fundação da Companhia Editora Nacional, que se tornaria, nas mãos do sócio Octalles Marcondes Ferreira (1900-1973), a maior editora do país entre as décadas de 1940 e 1970. Embora o parceiro fosse o responsável comercial pela empresa, o pedido de falência partiu de Lobato, durante período de ausência de Ferreira. Em depoimentos posteriores, o administrador diria que a situação poderia ter sido contornada sem a necessidade de tão drástico expediente.

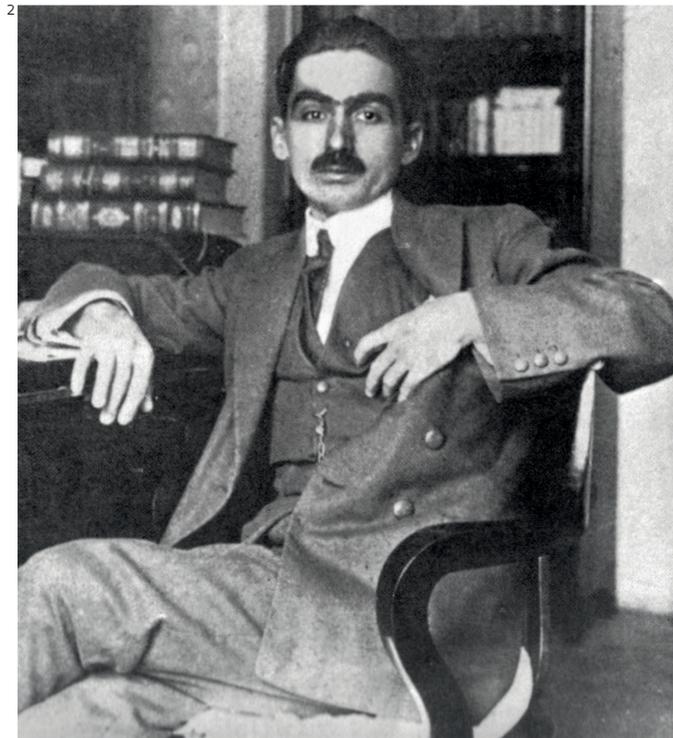
“Faltava tino comercial a Lobato, mas em muitos sentidos ele tinha senso de mercado”, observa Passiani. Em 1920, a Monteiro Lobato & Cia., segundo seu próprio ranking, ocupava o sexto lugar em tiragem de obras, com 56 mil exemplares vendidos – 28 das 48 obras lançadas no país entre 1920 e 1922 foram editadas pela empresa. Práticas adotadas por Lobato seguem correntes, como o uso de capas coloridas – algo até então reservado principalmente à literatura de baixo valor –, a publicação de estreantes, a aposta em romances populares e as vendas ao governo visando, sobretudo, a saúde financeira da empresa. “Casos como o de *Narizinho arrebitado*, versão escolar de *A menina do narizinho arrebitado*, do próprio Lobato, adotada nas escolas do estado de São Paulo, ajudaram a sustentar sua atividade editorial”, afirma o designer Didier Dias de Moraes, que desenvolveu pesquisa na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo sobre o design do livro didático da Companhia Editora Nacional (1926-1980).

Também as publicações que mudaram a literatura infantil brasileira nasceram em parte dessa visão de mercado do editor. Em um momento em que as crianças tinham à disposição apenas livros que privilegiavam a educação moral e cívica e obras estrangeiras traduzidas, Lobato identificou a ausência de um determinado tipo de produção: “O mercado editorial não oferecia o tipo de livro que ele gostaria de ler para uma criança”, explica Bignotto, “então ele decidiu escrever”. Desde a primeira versão de *A menina do narizinho arrebitado*, de 1920, até o processo de falência, a Monteiro Lobato & Cia. publicou oito

títulos de sua autoria – aos quais se somaria uma série de outros, acumulando quase 200 edições e reedições até a morte de Lobato, segundo levantamento feito pelo projeto coordenado por Lajolo.

Seu objetivo como escritor, porém, não era apenas as vendas: “Ele era um grande autor, com um projeto estético bem definido e que, entre outros aspectos, buscava valorizar a cultura nacional”, diz Bignotto, lembrando o caráter essencialmente brasileiro das narrativas envolvendo a vida no sítio do Pica-Pau Amarelo. Para Jorge Coli, historiador da arte e professor da Unicamp, “seus livros infantis trazem um poderoso instrumento crítico para o pensamento das crianças. Ele os arma contra qualquer afirmação que possam discordar, mesmo vinda do próprio autor. Ensina-os a desconfiar de todo enunciado taxativo, impõe o exame”. Era uma época, vale lembrar, em que as obras disponíveis dedicavam-se a prescrever comportamentos às crianças.

Organizadora de *Monteiro Lobato livro a livro: Obra infantil* (Unesp, 2008), Lajolo afirma que Lobato criou uma literatura irreverente, calcada na imaginação e baseada em uma visão crítica da sociedade brasileira. A pesquisadora ainda ressalta “a precocidade” com que o editor percebeu “a importância gigantesca do mercado para livros infantojuvenis”: “Além de explorar certos conteúdos, ele é também um precursor da profissionalização dessa literatura”, acrescenta Lajolo. Se hoje o mercado é formado por escritores que tiram seu sustento de livros para jovens e crianças, isso se deve à atuação de Lobato, argumenta. Nesse sentido, ele foi mesmo um revolucionário. ■



Monteiro Lobato: precursor na história editorial brasileira