

[...]

O negócio do volfrâmio e o comércio negro deixaram e continuam deixando os seus vestígios: vende-se, compra-se... tudo circula... mas ninguém espere que esta excitação se mantenha! No entanto, a leitura hoje universaliza-se. E dá-se, inevitavelmente, uma reciprocidade de factos: lê-se mais, produz-se mais – produz-se mais, lê-se mais...

A justa medida, a estabelecer, entre o que se lê e o que se deve produzir, não pode ser fixada por uma regra prévia, por mais que a desejemos! A flutuação do mercado do livro a virá a fixar, correndo-se, já se sabe, todas as contingências dos interesses...

Porque se lê mais?

É bastante difícil de determinar. O que se pode notar é a generalidade do fenómeno. Dá-se aqui e em toda a parte. As suas causas devem ser muitas, indefiníveis.

Entre nós pode apontar-se uma certa desanalfabetização do povo, e a propaganda muito mais intensiva do livro? Talvez!

Que género de leituras prefere hoje o leitor?

Cada leitor prefere o género que mais se coaduna com a sua índole. E provavelmente assim será sempre... Há quem procure de preferência os romances sentimentais, e quem procure os realistas, ou os policiais; quem ame especialmente a literatura de guerra, a de memórias, etc. Até os almanaques e o *Lunário perpétuo* têm o seu público fiel e permanente!

[...]

Proscriver a literatura fácil e consoladora é condenar os seus leitores a uma espécie de *secura* espiritual.

Tal como o empréstimo do livro – por que razão se há-de condenar?

Quem lê o que os outros compram, em geral, é por não poder fazer as suas compras.

Sendo impossível impedir o empréstimo de livros, descubra-se em que é que ele se pode tornar útil! Não generaliza a leitura e não chega mesmo a despertar o gosto literário?

Regular o empréstimo de livros, organizar bibliotecas acessíveis ao público, é afinal o problema interessante que o assunto dos *empréstimos* sugere. António Maria Pereira ainda declara: entre ler de empréstimo e não ler – antes se dê sempre o primeiro caso!

[...]

Falamos da posição do comércio do livro, em relação a outros comércios.

O assunto é complexo! declara António Maria Pereira. Mas crê, em todo o caso, que esta é uma das actividades em que mais se acentua o aforismo de que *parar é morrer*; acha ele que o editor *vive* constantemente o seu comércio. Que não pode, tão pouco, deixar de acompanhar a vida nacional e a internacional, com toda a sua variedade, para delas extrair uma orientação editorial. A ele interessa-o a direcção espiritual da sua empresa, mas não esquece os seus lados práticos e artísticos.

As antigas livrarias têm uma permanente preocupação: a das edições consagradas que reimprimem, para que a sua venda se não interrompa. Será justa esta preocupação, diz António Maria Pereira, mas ela representa um peso morto para os editores. A reimpressão das antigas obras ocasiona grandes despesas sem imediato reembolso. São obras de uma saída sempre muito lenta.

Resumindo em poucas palavras o amável e longo depoimento deste livreiro-editor, notar-se-á: que actualmente se lê mais e se edita igualmente mais. Que a produção original, especialmente a romanesca e a de guerra, têm o favor do público, observado através das vendas da sua casa. Que a tradução se generaliza. E que a propaganda do livro ainda carece de estudo e de organização.

[...]

Sobre esta função do editor se começaram finalmente precisando os pontos de vista de Rodrigues de Oliveira.

O problema do livro existe entre nós? perguntou ele. E tal como perguntou, respondeu com a mesma vivacidade: creio que sim.

Mas em que se cifra esse problema? Encaremo-lo sob os seus diferentes aspectos.

Primeiro: o livro é útil, é até já indispensável. Tem uma função social determinada: educa, contribui para a formação do indivíduo, e, por intermédio deste, da comunidade a que pertence. O editor, para honrar o seu comércio, tem de possuir esta consciência.

O comércio de livros não é um comércio ordinário. Os sapatos e os vestidos, os perfumes e os móveis estão sujeitos a uma moda muito

mais definida e passageira que a do livro. O seu comércio para render precisa de ser hábil e vivo, de satisfação imediata. O do livro carece de ponderação. Um livreiro honesto não é só aquele que não trafica com o público e lhe respeita os gostos – é aquele, sobretudo, que lhe estuda as necessidades.

[...]

Mas para todas as fraquezas do comércio livreiro português me parece que há soluções. Chamemos-lhes antes, remédios.

Um deles será o alargamento ou a reconquista dos mercados. Porque o livro tem cada vez mais procura, não é um produto morto, desvalorizado! Ninguém pode negar que hoje se vendam em Portugal mais livros que aqui há vinte ou trinta anos. Nem tão pouco que o público seja desinteressado, que aceite os velhos caldos requentados... Até um velho livreiro se queixava numa destas últimas feiras do livro, de que as meninas e os rapazes de agora só chegavam ao seu balcão para lhe perguntar: não tem nada de Dostoiewski, não tem nada de Tchekoff?

O caso é sintomático, afinal: o gosto do público tem evoluído; forçoso é satisfazê-lo.

Em Portugal vendem-se mais livros que há meio século, mas o nosso esforço livreiro ainda está muito aquém do que devia estar. No entanto, o negócio do livro é promissivo! O que nos falta é a capacidade de organização. Este negócio representa um emprego de capital como qualquer outro. O que o tolhe, afinal, é o medo que o nosso capitalista tem às coisas flutuantes... O livro nunca vale o prédio!

E, no meio de tudo isto, o livro é de uma resistência e de uma vitalidade espantosa. Nunca se deixam de editar e de publicar livros, mesmo em condições mesquinhas. Em lugar das grandes empresas, de forte organização, pululam antes as pequenas... Uma pulverização de forças que, reunidas, só beneficiariam autores, editores e leitores! Nestas condições se mantém entre nós a vida do livro.

A pluralidade das empresas (editoriais de meia dúzia de obras, e até de uma única) exerce muitas vezes uma acção seleccionadora, mas geralmente precária.

Esta editorial lança um autor, aquela um género de livros, etc. Cada uma delas representa um sonho, que hoje nasce e amanhã morre... Esboça um comércio, que mal se revela logo se retrai! Todas estas tentativas, difícil ou muito raramente subsistem, porque a sua base orgânica é pobre; não têm possibilidades de expansão. E a expansibilidade é a vida do livro. Nunca as pequenas editoriais podem produzir suficientemente, nem têm capacidade de propaganda.

É manifesta a necessidade de uma concentração de editoriais. Mas o critério dos editores mantém-se tão estreito! São uns isolados voluntários, uns velhos prudentes... Cada um edita para se aguentar, com pequenas reservas de *capital*, lançando irregularmente no mercado obras *ad hoc*, sem planeamento e até sem programa. E quando fazem programas, fazem-nos para despistar os outros concorrentes...

Toda esta actividade editorial, que parece formigar, é afinal instável, do acaso, comprometida e medrosa.

Não sossobrar – é o lema do editor português.

Ora, os problemas de uma empresa de envergadura são, afinal, outros. E uma empresa com recursos (capitais), tem um certo número de riscos cobertos. Por isso pode criar os seus moldes de vida, organizar um movimento livreiro original e dirigi-lo com precisão e independência. Pode manter o seu *conselho editorial*, as suas oficinas gráficas, inspectores de *agentes*, uma *revista bibliográfica*, etc., etc. Pode ter uma administração afinada e até animar a produção original.

[...]

Sobre os processos mais usados no nosso comércio para pagamento de direitos de autor, reconhece Sá da Costa que o mais comum e moralizador é o da percentagem sobre o preço de capa.

Acerca da propaganda do livro, os seus pontos de vista podem resumir-se no que se segue: a) combater definitivamente o analfabetismo e educar literariamente os que aprenderam a ler e não lêem; b) baratear o livro para que possa aumentar o número dos seus leitores-compradores; c) conseguir publicidade satisfatória e a preços acessíveis, visto que a actual é a bem dizer proibitiva.

[...]

Sá da Costa historiou comovidamente o movimento da sua casa, desde que a fundou, honrou com palavras de apreço e de afecto os seus colegas de livraria e lançou alguns alvites para a protecção ao livro e desenvolvimento do gosto pela leitura.

Disse que havia muitos anos que acalentava um sonho, que agora via realizado: ter uma casa ampla, com grande espaço para regalo do público. O seu ideal não era o de armazenar livros, mas sim o de os instalar convenientemente, sem secções organizadas. Pô-los útil e facilmente ao serviço do leitor! Parecia-lhe que uma casa ordenada e ampla, com as suas secções patentes e os seus lugares para a leitura descansada, satisfaria estes requisitos.

Lembrou depois as dificuldades por que tem passado o comércio de livraria até hoje, num país de sete milhões de habitantes, com uma percentagem mínima de leitores, e proclamou a necessidade de se desenvolver a protecção ao livro.

Notou que se fundam e se alternam pelo tempo fora as sociedades de amigos dos hospitais, dos asilos, dos museus, dos monumentos, de Lisboa, etc., etc.; e que à sua semelhança se podiam criar sociedades ou grupos de «amigos do livro».

Irene LISBOA - *Inquérito ao livro em Portugal*. Lisboa: Seara Nova, 1946, 2 vol.