

# LITERATURA INFANTIL E JUVENIL BRASILEIRA: DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO MERCADO EXTERNO

por Patrícia Seibel

---

Patrícia Seibel é agente literária e consultora editorial. Brasileira, vive em Portugal.

**S**er publicado no exterior é, sem dúvida, uma das grandes aspirações de autores brasileiros já estabelecidos no mercado local. Esse desejo, que muitos podem interpretar como mera vaidade e até como o produto de um certo espírito colonizado, na verdade, está ancorado na aspiração, bastante válida, de ver seus livros sendo consumidos por mais pessoas, de diferentes culturas.

Em anos recentes, o Brasil alcançou bastante visibilidade com a sua participação como país convidado em diversos eventos de relevância no mercado editorial mundial, como a Feira de Frankfurt, em 2013, e a de Bolonha em 2014. Foi, justamente, durante essa última, a maior *trade fair* de livros infantis do mundo, que o ilustrador infantil Roger Mello recebeu o importante prêmio Hans Christian Andersen de melhor ilustrador. Obviamente, isso atraiu a atenção não apenas para o autor premiado, mas para a produção literária e editorial de seu país de origem.

## A DIFICULDADE DE INSERIR AS OBRAS BRASILEIRAS NAS SUB-CATEGORIAS EXISTENTES NO MERCADO INTERNACIONAL

O Brasil, apesar de ter tido os holofotes voltados para a sua produção editorial nos últimos anos, ainda exporta muito pouco. Uma das dificuldades enfrentadas no licenciamento de livros infantis e juvenis brasileiros às editoras estrangeiras, especialmente, àquelas localizadas nos EUA e Reino Unido, é o fato dos livros brasileiros para crianças não seguirem categorias tão bem definidas como lá. Nesses países, por exemplo, livros para bebês até os dois anos de idade, os *board-book* normalmente, são publicados em papel cartonado para tornar o produto mais durável e incluem diferentes texturas, proporcionando uma experiência mais interativa para a criança. No Brasil, poucas editoras publicam estes livros devido ao custo de produção proibitivo.

A literatura infantil brasileira vem, gradativamente, aumentando a sua representação em vários países estrangeiros. O autor Ilan Brenman, por exemplo, tem o seu best-seller *Até as princesas soltam pum* (BrinqueBook) publicado na China, Coreia, Itália, Polônia, Suécia, Dinamarca, França e países de idioma espanhol. A premiada autora Eva Furnari teve o *Felpe Filva* (Moderna) publicado, em 2016, pela prestigiada editora britânica Pushkin Press e aguarda edições do livro serem lançadas na China e Turquia.

Esses são bons exemplos de livros infantis brasileiros que estão conquistando editores e leitores no exterior. O percurso da literatura juvenil originada no país, contudo, tem sido mais difícil. Tampouco vemos casos brasileiros de sucesso no exterior na categoria YA (young adult). Os livros YA destinam-se a adolescentes dos 12 anos em diante, sendo também lidos pelo público adulto. A categoria cobre uma série de gêneros, como o romance, fantasia e a distopia, este o mais bem-sucedido nos últimos anos. Livros nessa categoria têm dominado as listas de best-sellers mundo afora, alguns deles impulsionados pelos sucessos da sua adaptação para o cinema, como *Maze Runner*, *A culpa é das estrelas* e *Divergente*.

## ADOLESCENTE É IGUAL EM TODO LUGAR?

Muitos autores infantis e juvenis defendem o fato de que adolescentes

são iguais em qualquer lugar do mundo. A verdade é que, em alguns países, crianças e adolescentes amadurecem mais cedo e tem mais formação literária que brasileiros. Prova disto é que livros infantis e juvenis, originalmente, publicados em países como EUA, Reino Unido e França são muito mais extensos do que os de autores brasileiros, tendo como público alvo crianças cerca de dois anos mais velhas.

Além da extensão do texto, há a questão temática. Em geral, adolescentes interessam-se por livros que exploram temas com os quais eles conseguem se identificar. Muitos livros juvenis brasileiros, centrados em assuntos ou rotinas locais, infelizmente, não geram o mesmo grau de identificação em adolescentes do outro lado do mundo.

As questões culturais não devem ser desprezadas. Ao apresentar um livro juvenil brasileiro em que a personagem principal faz um intercâmbio no exterior, começando a definir o que fará profissionalmente, ouvi de editores japoneses que o mercado do Japão não aceita bem livros em que meninas buscam liberdade e emancipação.

## PRÊMIOS AJUDAM?

O mesmo dá-se em relação aos prêmios literários brasileiros, que nem sempre refletem o que é mais comercialmente viável, dando muitas vezes preferência à temática local, livros de narrativas mais sofisticadas e autores clássicos. Os prêmios, assim, não cumprem a função de espalhar o que é bem

sucedido em vendas, espelhando as tendências correntes entre os leitores.

Uma crítica bastante interessante com relação a esse fato foi feita recentemente, pelo editor Pedro Almeida em sua coluna no PublishNews, site especializado em informações sobre o mercado editorial brasileiro. Ele diz: “(...) não adianta abrir um prêmio para livro policial ou decidir que passaremos a incluir livros juvenis nas compras de bibliotecas sem saber o que jovem quer ler. Senão, por modo automático, vamos continuar a premiar apenas autores de policial consagrados nos cadernos de cultura e lidos pelos mesmos de sempre e a selecionar obras apenas de Pedro Bandeira e Ruth Rocha”<sup>1</sup>.

Já ouvi de autores a pergunta: “Não entendo a cabeça do editor estrangeiro. Meus livros ganham prêmios no Brasil. Isso não quer dizer nada no exterior?”. Na medida em que os prêmios brasileiros pautam-se pelos critérios acima, num momento em que editoras no mundo todo focam no que tem potencial para estourar comercialmente, podemos, talvez, dizer que os prêmios dados à literatura juvenil, infelizmente têm bem pouca relevância no exterior.

## BRASIL: UM MERCADO DOMINADO POR TRADUÇÕES

<sup>1</sup>Disponível em <http://www.publishnews.com.br/materias/2015/07/30/como-salvar-o-mercado-editorial-sobre-os-fomentos-para-a-formao-de-mais-leitores>. Acesso em 02 de abril de 2016.

Antes de olhar para a relação dos outros países com a nossa produção editorial e literária, considero importante voltarmos os olhos para a nossa própria produção editorial e o papel das traduções. Embora boa parte dos livros publicados no Brasil sejam traduções, o fato é que, a maioria dessas traduções tratam-se de livros publicados, originalmente, em língua inglesa. Em menor quantidade, encontramos alguma oferta de livros traduzidos de idiomas como o francês, alemão, espanhol e italiano. Há, contudo, uma vasta gama de literatura mundial que encontra nenhum ou pouquíssimo espaço de publicação no Brasil. Isso não se deve à falta de qualidade literária, mas esbarram na dificuldade de se achar tradutores, leitores e editores que consigam trabalhar o texto em idiomas além dos citados acima. Isso dificulta e encarece o processo de publicação, tornando-a muitas vezes inviável, mesmo que hoje o governo de muitos países ofereça subsídios à tradução.

A literatura brasileira, portanto, passa por problema similar ao enfrentado no Brasil por livros, maioria best-sellers, de muitos países. Sem que o texto do livro esteja disponível, parcial ou totalmente, em língua inglesa (idioma dominado pela maioria dos editores) defronta-se logo na impossibilidade do texto ser lido e avaliado por aqueles que têm o poder de decisão sobre o que é ou não publicado.

Nos EUA e Reino Unido, os livros brasileiros enfrentam culturas em que se traduz muito pouco e onde as editoras veem a tradução como um

custo extra, o que acaba tornando o livro inviável do ponto de vista financeiro. Tão ou mais determinante, na hora de optar pela publicação de um autor local ao invés da tradução de um livro estrangeiro, é a diferença que pode fazer a presença do autor para efeito de promoção e divulgação do livro. O fato do autor morar nos EUA e ter o inglês como língua nativa, por exemplo, permite-o participar de eventos de promoção do livro de uma maneira e por um período de tempo que seria quase impossível para um autor brasileiro ou de outro país. Para exemplificar, somente após a sua premiação com o Nobel de Literatura em 2014, o autor francês Patrick Modiano voltou a ter os seus livros publicados nos EUA, como salientou matéria publicada *The New Yorker* em outubro de 2015<sup>2</sup>.

Nos demais países do mundo, o Brasil compete por espaço de publicação com a literatura mundial, especialmente com a proveniente dos EUA e Reino Unido, países com forte tradição de exportação de copyright, não só de literatura, mas também outros bens culturais como músicas e filmes. A dominância cultural anglo-saxônica facilita a aceitação e o sucesso da sua produção literária por adultos em outros países. Verificando as dez primeiras posições na lista de best-sellers infanto-juvenis do PublishNews, no momento em que este texto foi escrito, sete delas são ocupadas por livros originalmente publicados em inglês e

uma pelo clássico francês *O pequeno príncipe*. As duas posições ocupadas por livros originados no Brasil são de autoria de youtubers do país, um tipo de livro que, por ter como base a plataforma digital do autor, normalmente é bastante difícil de ser negociado no exterior. Das 10 posições seguintes na mesma lista incluem um único autor brasileiro, também youtuber.

Na lista dos 20 livros mais vendidos no segmento infanto-juvenil, portanto, há apenas três livros brasileiros, todos capitalizando jovens que alcançaram exposição e sucesso por meio das mídias sociais. Alguns autores brasileiros de literatura infantil acreditam que se trata de um fenômeno passageiro. A verdade é que boa parte das crianças e jovens de hoje passam muito mais tempo na frente do computador do que lendo.

Nenhum dos seis livros infantis ou juvenis na lista de mais vendidos de ficção da revista *Veja*, na última semana de março de 2016, é de autor brasileiro, o que mostra que os autores locais desse segmento – mesmo tendo a seu favor a possibilidade de promover os livros localmente – têm dificuldade para competir com os blockbusters de fora.

Boa parte dos autores de livros infantis e juvenis brasileiros com altas vendas devem isso não aos canais comerciais, mas sim as compras de livros do Programa Nacional de Biblioteca na Escola (PNBE), suspenso em 2015, por motivos de corte de verbas pelo governo federal. Os livros adotados pelo PNBE e outros programas brasileiros

<sup>2</sup><http://www.newyorker.com/business/currency/nobel-prize-literature-sell-translated-foreign-books>

que, muitas vezes, privilegiam temáticas locais, nem sempre são a melhor alternativa para o editor estrangeiro.

Os livros com maior potencial de “viajar” para outros países são aqueles que tratam não de temas locais, mas universais. Exemplo disso é o recente sucesso da série de Minecraft do autor paulista Jim Anotsu. Caso raro na literatura infanto-juvenil nacional, a obra teve direitos vendidos para editoras no Reino Unido (Penguin Random House), Alemanha (Fischer Verlag), França (Bragelonne

e Portugal (Presença) em apenas um mês, com competitivos leilões em todos os países, com exceção do Reino Unido, onde a editora fez uma oferta preemptiva - proposta alta o suficiente para tirar concorrentes do páreo. A combinação de um tema que tem gerado interesse em crianças do mundo inteiro com uma narrativa de alta qualidade dá provas de que livros brasileiros possuem potencial para conquistar crianças de outros países.