Fotos: Divulgação

Camilleri: aos 80 anos é escritor tardio, dono de uma prosa cheia de frescor

LIVRO

Detetive de olhar humanista

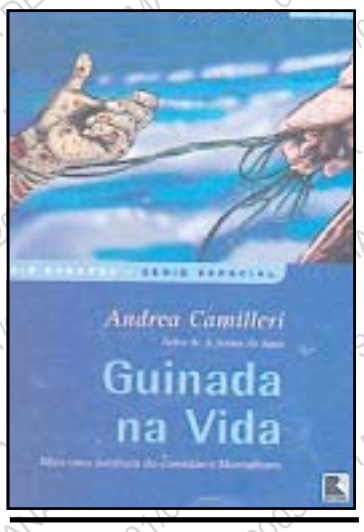
"Guinada na Vida", protagonizado pelo inspetor siciliano Salvo Montalbano, é o novo romance de Andrea Camilleri

WALDIR LEITE
Rio

O escritor Andrea Camilleri é um senhor italiano de 80 anos. Ele estreou na Literatura em 1978 mas só foi descoberto pelo grande público em 1990, quando lançou "A Forma da Água", seu primeiro romance policial protagonizado pelo comissário de polícia Salvo Montalbano. Seu herói é um sujeito temperamental, astuto e cheio de princípios, vivendo num mundo de farta corrupção e degradação moral. Em "A Forma da Água" encantou os leitores com o jeito italiano de ser e conquistou admiradores em todo o mundo. Agora, uma nova aventura do comissário Montalbano está sendo lançada no Brasil, pela Editora Record: "Guinada na Vida".

Anfiteatro grego na Sicília: um dos cenários do livro

Quando a história começa Montalbano está prestes a pedir demissão. O motivo é sua indignação com a violência policial perpetrada nos protestos contra a globalização, durante uma reunião do G-8, o grupo que reúne os sete países mais ricos do mundo mais a Rússia. O comissário é um homem de esquerda, um humanista que acredita nos valores éticos e morais. Em "Guinada na Vida", está num momento de crise existencial e encontra-se abatido devido à ditadura brutal do capitalismo, massacrando a sociedade com as garras afiadas da globalização.



Guinada na Vida
Andrea Camilleri
Record, 224 págs., R$ 29,90

Sendo um sujeito bom e idealista, Montalbano decide protelar o seu desligamento da polícia quando o cadáver de um homem baleado aparece boiando na praia. Imaginando tratar-se de um imigrante ilegal que vai ter o caso arquivado pelos burocratas de seu departamento, o herói solitário resolve investigar o crime e acaba puxando o mirabolante fio de um novelo que envolve um cruel e ardiloso esquema de contrabando de crianças.

Mais adiante, um menino é atropelado de propósito, ao fugir de seus algozes contrabandistas. Ao interrogar um velho agricultor que presenciou o crime, o investigador pergunta se ele acha que o acidente foi proposital. O pobre agricultor responde que não tem certeza. E que a única certeza que tem na vida é que o mundo ficou muito mau.

"Guinada na Vida" é um romance policial que lança um olhar italiano sobre o salve-se quem puder das relações humanas no limiar do século XXI. Os livros de Andrea Camilleri trazem para a Literatura aquele sentimento humanista que havia nos filmes do neo-realismo italiano. Quem sente saudades do grande cinema italiano dos anos 70 precisa descobrir os livros de Camilleri. O autor transfere para os dias de hoje a vida, os personagens, as situações e os sentimentos encontrados nas imagens pungentes dos filmes de Vittorio de Sica, Roberto Rossellini e, principalmente, Dino Risi. Esta é a maior virtude da sua literatura: deixar-se contaminar pela melhor tradição da cultura popular italiana. Além disso, a narrativa exalta com propriedade o encanto dos vilarejos sicilianos, com sua beleza, sensualidade e mistério, descritos com muito charme.

Enquanto sofre e se emociona com a trama bem urdida de "Guinada na Vida", o leitor também faz um saboroso passeio pela gastronomia italiana, já que o protagonista é um gourmet apaixonado pelos temperos, molhos e massas da sua terra. Sendo assim, ler Andréa Camilleri é se indignar com os níveis de corrupção, chocar-se com os rumos da globalização e sofrer com a injustiça social. Mas, ao mesmo tempo, ler Camilleri também é se encantar com a vida por saber que, no meio disso tudo, ainda há a arte. E é pela arte que nasce a esperança, que faz com que o homem acredite que, escondido em algum lugar, ainda existe um mundo melhor. ■

MERCADO LIVREIRO

Singularidades de edições acadêmicas

José Roberto Barreto Lins

Há quase mil anos a Academia contribui substancialmente para renovar a construção da concepção de homem e de mundo. Um dos pilares dessa permanência são as alianças, por vezes discutíveis, com instituições externas. Essas parcerias, quando estabelecidas idoneamente, facilitam à Academia o cumprimento de seu papel e função social — o risco, nesses casos, é perder sua autonomia, seu espaço historicamente conquistado. São também uma maneira de a Universidade lidar operacionalmente com seu gigantismo, e, ainda, funcionam como uma espécie de "colchão de ar" para acomodar suas estruturas tradicionais às teias que entrelaçam e dão coesão às diferentes sociedades onde ela se inseriu ou se insere, como, por exemplo, neste tempo feroz de globalização, sua adaptação às regras de mercado — sem, no entanto, ceder a essas regras. Pelo contrário, ser o espaço possível à discussão e criação de novos arranjos sociais.

Esse é o quadro que dá as cores peculiares do mercado editorial acadêmico e no qual se encaixa a publicação da produção universitária. Do ponto de vista operacional, o braço da Universidade são as editoras universitárias. São elas que devem levar à sociedade a produção acadêmica sob a forma de publicação. Entretanto é evidente a falta de fôlego destas editoras para fazer o trabalho de edição, além da divulgação e distribuição dos textos produzidos. Apenas uma parte pequena das teses, relatórios, ensaios e reflexões que podem trazer contribuições expressivas — se não para outros segmentos da sociedade, ao menos para os próprios pares acadêmicos — consegue escapar do encapsulamento em menos de uma dezena de exemplares geralmente esquecidos nas frias e poeirentas estantes dos programas em que foram originados. Sem falar nas dificuldades que os editores universitários têm de enfrentar, pressões, de várias ordens, da própria Academia, uma vez que a esses editores falta um contrapé externo que lhes permita uma atuação a longo prazo baseada em parâmetros independentes das políticas internas da instituição a que estão vinculados.

Do ponto de vista da preservação da identidade da Universidade, a leitura é mais delicada. A Universidade — e restrinjo-me aqui, no caso brasileiro, à universidade pública e a algumas outras instituições que resistem à tecnicização do ensino e da produção universitária — cumpre um inquestionável e fundamental papel social ao possibilitar reflexões e atuação de pesquisadores que não poderiam ser desenvolvidas se submetidas às regras de produção mercantil. De outro lado, a própria Academia, na sua longínqua existência, consolidou modelos auto-referenciados que muitas vezes apresentam, numa ótica benevolente, dificuldade de comunicação com outros interlocutores, quando não até ignoram toda uma cena social que acontece do lado de fora de suas muralhas ilustradas, limitando-se aos seus rituais de consagração e recorte do real. Daí a importância de instituições que levem à Universidade os acontecimentos que estão pautando a vida social fora dela, sem o intuito, entretanto, de transformar a Academia em apenas mais uma peça do jogo mercantil. No mercado editorial, esse papel é desempenhado pelas editoras privadas.

Atuando, assim, numa zona intermediária, as editoras privadas devem se pautar por um norte bastante singular. Primeiro em relação ao produto que comercializam. O livro acadêmico, salvo exceções, necessita de subsídio para se viabilizar. Se o projeto editorial buscar apenas os títulos cuja venda pague o investimento e ainda dê lucro, ele excluiria a quase totalidade dos trabalhos produzidos nos campi universitários. Muitas pesquisas que trazem contribuições significativas, mas têm um leitor-alvo reduzido, simplesmente não serão publicadas. E boa parte da produção da Academia ficará restrita a meia dúzia de pesquisadores que tiveram acesso ao trabalho. Porém, a necessidade do auxílio à publicação do livro acadêmico coloca uma responsabilidade social ao editor e ao círculo acadêmico que está respaldando a publicação. É necessário que haja clareza quanto a quais textos trazer a público, atentar para sua importância, enfim, justificar o subsídio. Neste sentido, é exigido do editor um tipo de comprometimento com sua publicação que também esteja atrelado a um projeto de divulgação intelectual.

O segundo ponto toca no projeto da empresa. Novamente a responsabilidade de se lidar com verba pública, muitas vezes a fundo perdido, exige coerência na prestação do serviço que envolve a publicação. Esse prestador deve ter como vocação responder e, principalmente, criar uma demanda que não contemple a lógica da lucratividade financeira, sem, no entanto, deixar de ter como referência na sua operacionalidade a dinâmica de mercado.

Não se pode esquecer que publicar não é só editorar, ou transformar o texto acadêmico em livro, mas também, e principalmente, divulgá-lo e distribuí-lo. Realizar esta última etapa, a distribuição, serve como um bom exemplo da particularidade da empresa editorial acadêmica. A editora privada realiza a colocação social do pensamento universitário usando a agilidade do mercado, contrariando, entretanto, alguns de seus princípios. Pois uma distribuição ativa que (1) busque a colocação e a visibilidade do título em livrarias e espaços afins pelo Brasil, (2) leve os livros para os eventos da academia e fora dela e, finalmente, (3) mantenha um serviço na internet eficiente e constantemente atualizado, vista sob o prisma da relação custo/benefício, é muito menos interessante para a empresa do que uma distribuição passiva que atenda unicamente ao consumidor que venha atrás do livro. Os resultados das vendas, na ponta do lápis, não compensam o investimento necessário. Empresarialmente, neste perfil editorial, é mais interessante ficar unicamente na captação dos recursos e deixar de lado a distribuição. Mas sem distribuição não há sentido para uma editora, não há editora.

Daí já fica evidente uma formulação de produto e empresa que é reflexo da contribuição acadêmica, com um modelo humanista, pois vinculado a uma responsabilidade social não só caritativa. Outros pontos deste segmento editorial, como transitar entre duas esferas com concepções de produção tão diferentes em relação ao uso do tempo e a forma de quantificar ou o tipo de comprometimento que deve ter o editor de publicações universitárias, são temas caros aos envolvidos nesta cena social. Precisam ser refletidos para se evitar distorções que desertifiquem uma seara da cultura brasileira que, por sua própria singularidade, pode contribuir com caminhos para uma sociedade mais complexa e tolerante.

Jornalista e editor de livros há 12 anos e diretor da Editora Annablume

História do vampiro

PAULO POLZONFF JR.
Rio

Depois de uma série de livros que buscavam a economia máxima de palavras, Dalton Trevisan está de volta ao conto curto mais longo. Em seu "Rita Ritinha Ritona", o Vampiro de Curitiba retoma o viés das relações humanas baseadas num sexo que nada tem de civilizado. Acrescenta ainda às histórias a violência que tem marcado a faixa social de seus personagens. Trevisan, ao contrário de muitos escritores contemporâneos aficionados pelo mundo da periferia, não trata de marginais. Mas da classe média baixa e pobre, que a Literatura despreza por não ter o glamour dos milionários nem o drama dos miseráveis absolutos.

É nesse cenário quase sempre kitsch, de pouca elucubração filosófica, que se desenvolvem as histórias de "Rita Ritinha Ritona". Trevisan parece dar vazão à máxima de Santo Agostinho de que a virtude não floresce na pobreza. Não que os personagens sejam canalhas nascidos com a maldade na alma. São corrompidos por situações inerentes à sua classe social. A tal da danação do vampiro.

Vale destacar os contos "Maria, sSa Criada" e "Adeus, Vampiro". No primeiro, Trevisan compõe uma personagem danada à criadagem, com orgulho, muito sofrimento e nem um pouco de autopiedade. No segundo, o criador de Nelsinho parece declará-lo morto num mundo de conquistas furtivas e vulgares.

Assustadora é a guinada que o autor deu na pornografia. Antes sugerido, agora o erotismo se permite até alguns palavrões. O que não deixa de ser uma ligação interessante entre sexo e uma forma de violência. Verbal, mas ainda assim violência.

E há humor. Num conto-poema em que ataca a sauna gay ao lado de sua casa, em Curitiba, Trevisan destila um humor ranzinza, delicioso. Aos 80 anos, desconhece o que é politicamente correto. Ainda bem. ■

GAZETA MERCANTIL
FIM DE SEMANA

DIRETORIA
Presidente
Nelson S. Tanure
REDAÇÃO
Vice-Presidente de Conteúdo & Projetos
Marcos Troyjo
Diretor Editorial
José Eduardo Gonçalves
Editor-chefe
Klaus Kleber
Editor
Arnaldo Lorençato
Repórteres
Elaine Bittencourt e Márcio Rodrigo
Colaboradores
Leonardo Martinelli, Maria Lúcia Candeias, Miguel de Almeida e Mônica Brincalepe Campo
Editor de Arte
Sandro Mantovani
Diagramação
Marluce de Castro
Produção
Cristiane Gubeissi
fsemana@gazetamercantil.com.br