



LUCIANA VILLAS-BOAS & LUCIA RIFF

**“Só conseguiremos ter uma presença consistente
no exterior no momento em que recuperarmos nossa
própria relação com a literatura brasileira”**

Nas últimas décadas, as novas tecnologias de comunicação e outros fatores igualmente relevantes ampliaram de maneira inédita o intercâmbio internacional. Nas diferentes nações, a exportação de produtos de toda natureza – inclusive culturais – passou a ser buscada com muito mais intensidade. Fecunda desde sua formação e animada pelo aumento considerável no número de autores em atividade, a literatura brasileira se perguntou se finalmente chegara o momento de ser conhecida mundo afora.

As primeiras iniciativas oficiais e particulares em prol desse objetivo já se mostraram valiosas. Evidentemente, como partiram de uma situação quase inercial, ainda não conseguiram mudar substancialmente a recepção da ficção e da poesia nacionais no exterior. Todavia, inauguraram algumas frentes de ação e, sobretudo, renderam reflexões capazes de ajudar a perceber os impasses a serem enfrentados em prol da dilatação do raio de alcance de nossas letras.

Para tratar desse tema, ninguém mais indicado do que o agente literário internacional, que traz obras escritas em outras línguas para nosso território e apresenta livros brasileiros aos editores estrangeiros. É o que fazem com bastante desenvoltura e eficácia as experientes Luciana Villas-Boas e Lucia Riff, cujo trabalho tem contribuído vivamente para o fortalecimento da literatura brasileira, com destaque para a contemporânea.

Luciana iniciou sua carreira na imprensa e, graças ao brilho como jornalista, assumiu, em 1992, a editoria do prestigioso suplemento literário *Ideias*, do *Jornal do Brasil*. Três anos depois, tornou-se editora-executiva da Record, onde desenvolveu um trabalho tão marcante que, a partir de certo momento, pareceu encarnar a própria alma da editora. Além de os livros se mostrarem muito bem cuidados, os ficcionistas e poetas da casa se diziam bastante satisfeitos com o tratamento recebido.

Foi justamente o interesse em concentrar sua energia nas obras e nos autores que levou Luciana a trocar o cotidiano na maior editora brasileira pela aventura de criar sua própria agência. Assim, é com um conhecimento enriquecido pela assunção de diferentes pontos de vista que analisa amorosa e realisticamente a situação de nossa literatura dentro e fora do país, para apontar desde motivos de esperança até dados preocupantes.

Comenta, por exemplo, que a venda de livros em nosso território cresceu, mas, paradoxalmente, o interesse do brasileiro pela literatura nacional despencou. A seu ver, a única possibilidade de mudar tal quadro é o governo finalmente priorizar a educação e, por essa via, criar mais leitores capazes de absorver escritos ficcionais e poéticos de qualidade. Uma vez apreciada na justa medida em solo pátrio, nossa literatura ampliará as chances de receber a devida atenção além de nossas fronteiras.

Lucia também passou vários anos trabalhando em editora, antes de inaugurar sua própria agência, no início da década de 1990. Sua coragem salta aos olhos quando pensamos que a época era de governo completamente desmoralizado, inflação galopante e descaso absoluto das autoridades por áreas como cultura e educação. A despeito de tantos empecilhos, nossa entrevistada con-

solidou o negócio e se firmou como uma das principais agentes literárias de nosso país.

A explicação para isso se encontra na admirável gentileza, na grande competência e, sobretudo, numa entrega ao ofício que faz de sua casa uma extensão de seus escritórios. Porém, suas menções à sobrecarga de trabalho nem de longe ofuscam seu carinho pelos autores que representa, tampouco seu fascínio pelo papel que desempenha – sobre o qual discorre com propriedade e franqueza.

Prestes a comemorar um quarto de século de atuação, pode perfeitamente mostrar como a popularização do computador e seus correlatos facilitou a escrita, democratizou a publicação e colocou todo mundo virtualmente em contato. Resta o desafio de convencer certos editores estrangeiros a atualizarem o olhar lançado para nossa literatura, na qual a própria interconexão entre os seres humanos fez o exotismo dar lugar ao cosmopolitismo.

Com a apresentação acima, esperamos ter deixado clara a importância da entrevista que Lucia e Luciana concederam a **Dau Bastos** durante o III Encontro do Fórum de Literatura Brasileira Contemporânea. Suas honestas e inteligentes respostas se mostram especialmente oportunas neste momento, quando, ao assumir publicamente o compromisso de fazer de nosso país uma pátria educadora, o governo federal nos estimula a cobrar ao máximo a valorização do livro e o estímulo à leitura.

No início dos anos 1990, tanto a Lucia quanto a Luciana assumiram uma posição de destaque no mercado editorial. Desde então vêm realizando um trabalho considerado de excelência por quem o acompanha, graças ao qual muitos autores brasileiros saíram do anonimato ou ampliaram consideravelmente a visibilidade de que já desfrutavam. As duas tra-

jetórias de sucesso se inserem num contexto de profundas transformações no país como um todo, assim como na maneira como escrevemos, produzimos, lançamos, comercializamos e divulgamos obras de ficção e poesia. Pediria, então, que cada uma fizesse uma síntese do caminho percorrido até o presente, se possível conectando-o à situação do livro e à realidade nacional.

Lucia – Em 1990, fui convidada a fechar uma agência literária e, em seguida, usar seus escombros para abrir a minha própria. Naquele momento, o Brasil amargava o Plano Collor e vivia uma inflação de 80% ao mês. Seria bem menos complicado se eu tivesse simplesmente aberto uma agência nova, porque partiria do zero, sem arquivos de difícil decifração, mágoas acumuladas ou contratos horríveis. Como conhecia muita gente no mercado, poderia me apresentar dizendo algo como: “Olha, adorei trabalhar com editoras, com direito autoral, com vocês e, agora, resolvi atuar como agente literária”. Mas não: nessa época já suficientemente infeliz, parti de uma herança cruel, para entrar num dos ramos mais mal remunerados do planeta. Nós, agentes, ganhamos uma comissão mínima em cima do direito autoral, que na quase totalidade dos casos não dá nem mesmo para a sobrevivência do autor.

Outro grande percalço era a precariedade dos equipamentos, pois dispúnhamos basicamente da máquina de escrever e de uma novidade chamada fax, hoje praticamente em desuso. Comprei o primeiro computador em 1994 e somente depois de 2000 consegui instalar a rede de computadores de meus escritórios. Então, se pensamos o período decorrido desde que fundei a agência, vemos transformações tecnológicas tão profundas que alteraram

a própria forma de se trabalhar o livro. Estávamos na máquina de escrever e no livro impresso, enquanto hoje encontramos o mesmo texto disponível também em edição digital. Posso começar a ler um romance no laptop, passar ao iPad e terminar no celular. Está tudo interligado. Posso também usar meu blog para postar o que estou escrevendo ou comentar o que ando lendo. Em síntese, ocorreu uma mudança radical na maneira de escrever, comunicar e publicar. As novas tecnologias possibilitaram até mesmo que ensaístas, ficcionistas e poetas crescessem em autossuficiência. Vários anos atrás, era comum o autor me procurar em desespero, porque tinha um original na gaveta e, se eu não o ajudasse a encontrar uma editora, permaneceria inédito. Hoje, há vários escritores que se autopublicam, viram best-sellers e são disputados pelas editoras. Isso é sensacional.

Luciana – Me aproximei do mercado editorial como jornalista, em 1992, quando era editora do caderno Ideias, do *Jornal do Brasil*, e em 1995 fui para a Record. Na época, a Record já era a maior editora do país, mas era uma só editora. Desde então, cresceu muito, passou a ser um grupo de cinco selos editoriais e viveu uma experiência de intensa profissionalização interna. Olhando para fora, para o mercado editorial como um todo, também percebemos uma forte expansão nesse período, em minha opinião, decorrente do processo de distribuição de renda iniciado ainda nos anos 1990 e de alguma conscientização da importância da leitura, principalmente a partir de campanhas do governo.

No início dos anos noventa, o livro publicado no Brasil dificilmente chegava a vender 100 mil exemplares. Na Record, o autor que alcan-

çava essa tiragem era o Sidney Sheldon, portanto o corpo de vendas da editora ficava sempre à espera do novo lançamento do escritor norte-americano. Hoje, vários livros da Stephenie Meyer, por exemplo, já passaram de 1 milhão de exemplares. Essa mudança de teto indica claramente que o número de brasileiros adquirindo livros cresceu bastante.

O decepcionante é que esse aumento reflete a busca por textos que não proporcionam propriamente enriquecimento literário e, na verdade, são puros fenômenos de marketing. A dilatação do número de leitores brasileiros não chegou a afetar positivamente o desempenho da literatura de mais qualidade. Nos Estados Unidos, a tiragem média de um bom livro de ficção fica entre 10 e 15 mil exemplares. Aqui, permanece na faixa de 2 a 3 mil exemplares. Ainda que o mercado dos Estados Unidos seja mais maduro, tínhamos de conseguir pelo menos algo em torno de 7, 8 mil leitores para cada livro bom.

O fato de haver mais leitores de livros no país e de nossas editoras estarem mais profissionalizadas dá esperança de, a longo prazo, ampliarmos a acolhida da boa literatura brasileira. Mas até lá existe um caminho longo, que passa pela educação, infelizmente longe de virar uma prioridade de verdade do Estado. A única coisa que poderia mudar significativamente o mercado editorial seria o aumento da população de leitores plenos – e isso a gente ainda não conseguiu.

Luciana, ao surgirem notícias sobre sua saída da Record, muitos de nós nos perguntamos o que aconteceria àquele importante projeto. Como a resposta caberá aos profissionais que o assumiram, desloco o foco para você, que está entre nós, na expectativa de que fale um pouco sobre os motivos de ter se tornado agente e acerca do momento de mudança.

Sabemos que muita coisa aconteceu desde então, mas nossa curiosidade é maior quanto aos seus primeiros passos do outro lado do balcão. Que indícios você recebeu de que a nova empreitada daria certo?

Luciana – A Record possui sua própria gráfica, que é grande e tem metas de produção bem altas, o que me obrigava a passar muito tempo discutindo sua programação com o departamento industrial e com os representantes comerciais. Meu trabalho começou a fugir da labuta literária e a relação com os autores brasileiros se tornou penosa, uma vez que eu não tinha espaço para essa atividade durante o expediente. A leitura dos originais, eventualmente algum trabalho de preparação dos textos e a relação com os autores continuavam noite adentro, atrapalhando meu lazer, comprometendo a vida familiar e tomando horas de sono. O trabalho com os escritores costuma ser riquíssimo, constitui a melhor parte do ofício do editor, e era o que eu realmente gostava de fazer. Só que exige muito emocionalmente, pois envolve uma carga de subjetividade imensa. Como me faltavam condições até psicológicas de realizá-lo, comecei a pensar em criar a agência, que inaugurei em abril de 2012.

Antes, ainda em 2011, aproveitei que o Brasil seria tema da Feira de Frankfurt daquele ano para viver minha primeira experiência como agente – isto é, para vender títulos da Record no exterior. Em dezesseis anos como editora, eu estava acostumada a ir a Frankfurt comprar direitos estrangeiros. Daquela vez, pensei que seria oportuno antecipar a ida à Alemanha para visitar algumas das maiores editoras do país em Berlim, Hamburgo e Munique. A ideia era mostrar a elas os autores da Record que naquele momento me pareciam com mais potencial de serem compreendidos no exterior. No início, eu estava

um pouco receosa, mas a experiência foi muito boa, principalmente com relação a um escritor chamado Francisco Azevedo, que tem pouquíssima presença na imprensa brasileira, não é conhecido na academia, mas vende muito para a Record e passou a ser publicado por várias editoras fortes no exterior.

A primeira visita que fiz na Alemanha foi à DTV, de Munique, cuja editora, Silvia Schmid, me surpreendeu positivamente ao responder a meu contato já em português e, pessoalmente, só confirmou a ótima impressão. Durante a conversa, apresentei uma série de livros brasileiros, entre os quais o primeiro romance de Francisco Azevedo, *O arroz de Palma*, que conta a saga de uma família portuguesa. Passei o dia fazendo outras visitas, voltei para o hotel, e, às seis horas da manhã seguinte, vi que havia uma mensagem da Silvia: “*O arroz de Palma* não era o livro que eu pensava em ler primeiro, mas, não sei por quê, comecei a lê-lo e estou escrevendo para fazer uma oferta de cinco mil euros”. Respondi: “Não vou mostrá-lo para mais ninguém, quero que fique com ele, mas tenho que pelo menos retornar às editoras para as quais também falei do trabalho de Francisco Azevedo”. Ela voltou a escrever imediatamente, agora para dizer que o livro era maravilhoso e que triplicava a oferta, mas pedia que eu o tirasse do mercado. Eu jamais poderia esperar esse tipo de reação, fiquei felicíssima e bem mais segura quanto ao resto da viagem.

Outro contato na Alemanha que me confirmou que a agência seria possível foi com uma scout espanhola que prospecta literatura espanhola e hispano-americana, tem entre seus clientes alguns dos melhores editores do mundo e ficou furiosa de eu haver fechado o negócio com a DTV sem lhe dar chance de convencer seu cliente

alemão a fazer uma oferta. Durante nosso papo, ela disse: “Tenho editores interessados em publicar ficção brasileira, mas não encontro o que eles querem. Eles acham que não é possível que uma nação com uma formação social e étnica tão rica não tenha grandes narrativas sobre essa mistura de português, negro, índio, italiano, alemão e japonês. Meus clientes querem algo que sintetize o país”. Então pensei: “Bom, parece que o mercado mundial está se abrindo para a literatura brasileira”. Agora, mesmo que seja verdade, só conseguiremos aproveitar a oportunidade se mostrarmos ao exterior algo de interesse universal, que não seja só a literatura intimista, subjetiva ou de grande experimentação formal, que é muito interessante para o especialista, para o estudioso de literatura, mas não necessariamente para o leigo que simplesmente gosta de ler e curte literatura.

Lucia, um dos maiores paradoxos vividos pelos cursos de Letras no Brasil é oferecer uma formação das mais apropriadas para quem pretende trabalhar com livro e, no entanto, manter-se a grande distância do mercado editorial. Basta pensar que os alunos estudam muita gramática, aprendem outras línguas, conhecem literaturas de vários países, elaboram ensaios em algumas disciplinas e, ao final, ainda têm de produzir uma monografia. No entanto, são estimulados a pensar que a única atividade que lhes cabe é o magistério e se acostumam a ver o meio onde se produzem inclusive as obras literárias que tanto apreciam como um universo que não lhes diz respeito. Importa-se de comentar a composição do mercado editorial? Como a profissão ligada ao livro mais desconhecida é justamente a sua, seria legal que dissesse o que alguém precisa fazer para virar agente literário.

Lucia – Uma das coisas bacanas do mercado editorial é que congrega gente de todas as áreas. Tenho uma amiga editora que se doutorou em Biologia, alguns agentes literários são advogados, da mesma forma que há poetas formados em Engenharia e romancistas com graduação em Economia. Quanto a mim, sou psicóloga. Nosso meio tem de tudo. Agora, evidentemente a maioria do pessoal vem de Letras ou de Comunicação.

Independente da formação acadêmica, eu diria que, para se tornar agente literário, você precisa ter uma boa formação como leitor e experiência em outras atividades do mercado editorial. Como não existe um curso específico para agente literário, você aprende trabalhando no próprio meio, lidando com agências, autores, editores, tradutores, revisores, diagramadores, livreiros, jornalistas e demais integrantes da cadeia de produção, distribuição, venda e divulgação do livro. Se depois desse longo aprendizado você achar que é o caso, então monta sua agência.

Para fazê-la funcionar, é fundamental manter boas relações com autores, editores e agentes internacionais. Agora, é bom saber que não vai lidar apenas com coisas lindas, com os ficcionistas e poetas, com a literatura, com os contatos no exterior, com as feiras... Vai ter que coordenar o trabalho de sua equipe, administrar o negócio, gerenciar a parte financeira, manter controle sobre os contratos e os pagamentos de seus autores. Daí a necessidade de uma certa experiência, um certo chão. Em resumo, convém ter uma visão geral do mercado editorial (como funciona, como se negocia etc.), além de um bom conhecimento de direito autoral, de modo a redigir e lidar com contratos com facilidade. É importante, além disso, saber agir como pré-editor, na relação com os textos e com os projetos editoriais.

Agora, não há dúvida de que o mais importante é a paixão pelos autores e pelos livros. Nosso dia a dia exige muita sensibilidade, muita atenção pelo outro. O agente precisa saber ouvir, ter tato, paciência, bom-senso e equilíbrio. Sem essas qualidades, jamais será bem-sucedido.

O Brasil nunca foi um país propriamente de leitores, mas ao menos tem seguido a tendência planetária de multiplicar o número de autores. É de se imaginar, portanto, a quantidade de contatos que vocês vêm recebendo de ficcionistas e poetas querendo ser representados junto aos editores. De que maneira vocês pautam a escolha daqueles por cujas obras lutarão?

Lucia – A coisa mais gostosa do mundo é você ler um autor, adorar o que ele escreve e procurá-lo para se propor a representá-lo. Mas devo confessar que, durante muito tempo, fui bem mais escolhida do que escolhi. Os autores me procuravam e, basicamente, eu dizia sim ou não. Claro, é muito desagradável dizer não, da mesma forma que é muito bom dizer sim. O principal critério a fundamentar minhas decisões sempre foi a qualidade, além da afinidade com a obra e também com a pessoa. Às vezes, você precisa reconhecer que, por mais que goste dos livros, não consegue estabelecer uma boa relação pessoal com o autor. Se me comprometo a cuidar de um determinado autor, tenho de fazer isso até contra mim mesma. No entanto, se não dá certo, é melhor deixá-lo ir embora e tentar ser feliz em outra agência.

Também já me aconteceu de dizer não para autores sensacionais por absoluta falta de tempo. É que recebemos verdadeiras enxurradas de manuscritos, propostas e e-mails, então pode ocorrer de querermos muito avaliá-los, mas não encontrarmos sequer uma

brechinha na agenda para fazer isso. Na verdade, desde que criei a agência, trabalho muito mais do que deveria, inclusive nos finais de semana, às vezes sacrificando as próprias férias. Com o surgimento do laptop, então, passei a levar trabalho para casa, onde fico acordada até duas, três da manhã, tentando dar conta dos e-mails. Meu marido até já desistiu de dizer: “Lucinha, vem dormir”. Apesar disso, não consigo dar conta. Para completar, a internet passou a ser acessível no celular. Imaginem que outro dia eu estava numa fila de supermercado e resolvi consultar e-mail. Para minha tristeza, entrou uma mensagem chatérrima. Fiquei pensando no absurdo de ficar vendo e-mail até em fila. É um sufoco permanente.

Luciana – A Lucia realçou um ponto muito importante, que é o grande volume de trabalho em torno de cada livro. O livro exige tanto que vive um descompasso em relação aos demais produtos. Em nosso meio, todo mundo trabalha muito além do razoável. Se a simples leitura já toma horas, as demais atividades consomem um tempo que, de tão longo e intenso, jamais é remunerado à altura. Na verdade, existe um elemento de doação no trabalho com o livro que tem sido esquecido. Hoje, o livro é visto como um produto qualquer, quando não é. O mercado editorial é tratado como um negócio qualquer, mas não oferece a rentabilidade de outros ramos. E, se você tenta atingir o mesmo patamar de lucro, acaba comprometendo a divulgação de bons textos. Quanto à escolha dos autores a serem representados por minha agência, não priorizo aqueles que trabalham segundo fórmulas e acham que, assim, vão vender muito. Até porque isso não existe. Na verdade, o sucesso editorial tem muito a ver com o acaso. Nenhum best-seller traz algo intrínseco

que represente o sucesso. No mais, concordo com a Lucia: o agente precisa se identificar com a obra e também com o autor, até porque a relação só funciona se tiver afeto. E, logicamente, a qualidade é o critério mais importante.

Agora, vejo a qualidade de uma maneira um pouco diferente do crítico literário e do professor de Letras. Sinto que a academia costuma valorizar a ficção que representa uma grande inovação formal, às vezes em detrimento de dois aspectos que valorizo bastante: o entreccho e a composição de personagens densos e multifacetados. Acho que o autor tem de ter algo a dizer e desenvolver a forma mais adequada e sincera de transformá-lo em criação. Então quero representar livros que resultem de uma busca original, própria, rica, de contar uma história que incite a inteligência e provoque reflexão sobre o ser humano.

A globalização é estimulada por tantos fatores que nos perguntamos se o que mais prepondera em sua aparência avassaladora é a fome de internacionalização do país ou a sede de articulação do mundo. Seja como for, sabemos que, independente de índices econômicos, o Brasil tende a acompanhar as demais nações no tocante ao empenho em exportar sua literatura. O que acham dos esforços feitos nesse sentido?

Luciana – Venho de uma família de classe média não especialmente intelectualizada: minha mãe não trabalhava fora e meu pai era um jornalista com uma formação muito política, mas quase não lia ficção. Porém, lembro que, durante minha infância, uma grande quantidade de autores fazia parte de nossas vidas. Nomes como os de Rachel de Queiroz, Jorge Amado, Érico Veríssimo, Dinah Silveira de Queiroz,

José Mauro de Vasconcelos e muitos outros eram muito familiares para nós e nossos amigos. Líamos esse pessoal e muito mais gente. Hoje, o mercado editorial só abrange a ficção e a poesia brasileiras se levamos em conta as compras do governo. A livraria praticamente não tem relação com a literatura nacional. Nosso povo se divorciou de sua própria literatura. Na tentativa de explicar esse fenômeno, talvez possamos fazer alguma ligação com a ditadura militar, embora esse afastamento tenha acontecido principalmente nos anos 80 e 90. O fato é que se você pegar uma lista dos mais vendidos de qualquer rede de livrarias, vai ver a literatura brasileira muito atrás dos grandes lixos importados.

É verdade que surgiram novas tecnologias, a televisão sequestrou o imaginário brasileiro e estamos longe de sair do subdesenvolvimento. No entanto, esses fatores estão presentes em toda a América Latina e, mesmo assim, em nações como Argentina, Chile e México valoriza-se a literatura produzida no próprio território. Lá, há autores com ressonância para o público interno. No Chile, por exemplo, você encontra gigantes como Isabel Allende, Marcela Serrano, Hernán Rivera Letelier e Luis Sepúlveda, que são sucesso no país e ultrapassam as fronteiras. A língua espanhola constitui uma vantagenzinha para exportar o livro, mas tampouco explica que vivamos uma situação tão diferente.

Atualmente há um pouco mais de abertura internacional para nossa literatura, então ficamos ansiosos para exportar as obras e esquecemos que precisamos, primeiro, resgatar o público interno. Só conseguiremos ter uma presença consistente no exterior no momento em que recuperarmos nossa própria relação com a literatura brasileira. Afinal, como podemos querer vender lá fora o que

não consumimos aqui dentro? Não lemos nossa literatura e queremos que os editores estrangeiros descubram nossos autores. É um contrassenso. Somos duzentos milhões de habitantes, portanto é natural que se espere um número razoável de leitores, principalmente para a literatura nacional. Infelizmente, porém, temos cifras muito baixas para mostrar.

Ora, o mercado internacional não vai nos enxergar enquanto não nos valorizarmos. Ao receber uma proposta de publicação de um livro, a primeira coisa que o editor estrangeiro quer saber é o desempenho de vendas desse título em nosso próprio território. Tanto que costuma ligar para a editora brasileira, para perguntar sobre o número de exemplares comercializados. Se o livro foi adquirido em alguma compra do governo, até pode passar por bem-aceito. Mas, se teve presença só de livraria, geralmente apresenta um resultado muito desestimulante.

Lucia – Lá na agência, trabalhamos com autor brasileiro aqui e no exterior, assim como com livros estrangeiros no Brasil. Representamos grandes editores e importantes autores de vários países, principalmente de língua inglesa. Quando trabalhamos com literatura estrangeira, procuramos ver se o livro é bom, se vai interessar ao público brasileiro. Agora, quando oferecemos um livro brasileiro, temos a impressão de que alguns editores estrangeiros querem *Gabriela, cravo e canela* de novo. Às vezes, oferecemos um romance contemporâneo bem escrito e premiado, mas, por mais que batalhemos, não conseguimos vender, porque, na visão deles, não é suficientemente brasileiro ou não é o que eles acham que deveria ser um livro brasileiro. Alguns dizem que é literário demais e outros,

que não é literário o bastante. As respostas que recebemos são de enlouquecer. Querem publicar nossos autores, mas infelizmente ainda procuram o estereótipo, o exótico, aquilo que acham que é o brasileiro. O negócio é emperrado, o tempo todo você encontra esse tipo de barreira, realmente cansa. Eles parecem mais interessados, compram mais, só que geralmente querem coisas muito específicas. Apesar disso, a presença do Brasil no exterior era tão zerada que alguma coisa tinha que ser feita. Nesse sentido, iniciativas como a bolsa de tradução e publicação de autores brasileiros oferecida pela Biblioteca Nacional são positivas. Há livros aparecendo em países como Alemanha, França e Holanda, assim como em nações como Croácia, Romênia e Vietnã. Se, por exemplo, uma editora uruguaia pequena mas caprichosa publica um brasileiro, o fato de o livro aparecer em espanhol faz muita diferença. O autor fica alegre, enriquece o próprio currículo, amplia seu leque de leitores e começa a ser convidado para eventos como a Feira de Guadalajara.

Por isso, acho que os três mil dólares destinados pelo governo brasileiro à tradução são um grande incentivo. O mesmo se pode dizer da bolsa para ajudar a publicar e divulgar autor brasileiro em Portugal e da bolsa para trazer tradutor para fazer uma reciclagem no Brasil. Enfim, os programas da Biblioteca Nacional certamente podem ser ampliados e melhorados, mas já são alguma coisa. Foram muito bem-vindos e têm feito uma enorme diferença.