

A IMPORTÂNCIA DO COPYRIGHT E DA MULTIMÍDIA NA FORMAÇÃO DE LEITORES NO SÉCULO XXI

■ Mário Feijó Borges Monteiro

Faculdade CCAA

Doutor em Letras pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro / PUC-Rio

contato: mario.feijo@hotmail.com

Resumo: As estratégias clássicas para formação de leitores são baseadas na cultura do papel, construída desde a invenção da imprensa e consolidada após a Revolução Industrial. Nesse processo histórico, a lógica jurídica do *copyright* foi indispensável. Agora, no século XXI, assistimos à ascensão de uma nova cultura multimídia, que terá de ser necessariamente incorporada aos nossos trabalhos de estímulo à leitura. Mais uma vez, o respeito ao *copyright* será fundamental.

PALAVRAS-CHAVE: formação de leitores; história editorial; *copyright*; leitura.

Abstract: *The classic strategies for readers' formation are based on the paper culture built since the invention of the press and consolidated after the industrial revolution. In this historical process, the juridical logic of the copyright was indispensable. Now, in the 21th Century, we can realize the ascension of a new multimedia culture, which should be incorporate in our efforts to incentive the reading. Once again, the respect to the copyright will be fundamental.*

KEYWORDS: readers' formation; *copyright*; reading.

Resumen: *Las estrategias clásicas para la formación de lectores están basadas en la cultura del papel erigida desde la invención de la prensa y consolidada después de la revolución industrial. En este proceso histórico, la lógica jurídica del derecho de autor era indispensable. Ahora, en el siglo XXI, es posible notar la ascensión de una nueva cultura multimedia, de modo que esta tendrá para ser necesariamente incluye en nuestro incentivo al leer. Otra vez, el respeto para el derecho de autor será fundamental.*

PALABRAS-CLAVE: formación de lectores; historia editorial; *copyright*; lectura.

■ Mário Feijó Borges Monteiro

Para amantes e estudiosos da história da comunicação, fascinante como o século XVIII, só o XXI. Aqui estamos nós, de novo, diante de um horizonte de possibilidades, contradições e conflitos, graças aos avanços da tecnologia. Antes, lá atrás, foi a imprensa a mudar os hábitos de leitura e a chamada ordem social; agora, é a vez da multimídia.

Gutenberg inventou a imprensa no século XV, mas foi somente com a Revolução Industrial que um tipo de negócio – a impressão e comercialização de livros – passou a ser, de fato, economicamente relevante, alcançando a escala necessária para influenciar para valer a sociedade de então, gerando mudanças que gerariam outras tantas mudanças, mais e mais, acabando por reconfigurar a Europa e, depois, o mundo.

É sempre bom registrar que a impressão de tinta em papel começou na China, onde, aliás, o papel foi inventado, mas Gutenberg foi quem teve a idéia de usar tipos móveis de chumbo fixados em bases de madeira para compor páginas inteiras de livros. Como os tipos (as letras em chumbo) eram móveis, podiam ser reaproveitados para as próximas páginas. Simples, fácil, barato, além de representar considerável economia tanto de tempo como de esforço. Reproduzir e distribuir conteúdo por meio do suporte livro (agora impresso, não mais manuscrito) logo seria um bom negócio.

Como negócios exigem contratos, a cadeia produtiva do livro acabaria por exigir regras, leis, direitos. Seria o início do que hoje chamamos *copyright*.

Antes de apresentar melhor as origens do *copyright*, lá no século XVIII, como exemplo de transformação econômica e social gerada pela imprensa, é preciso enfatizar que o objetivo deste artigo é falar sobre formação de leitores. Todos sabem como formar leitores dentro da cultura do papel – aprendemos a fazer isso muito bem nos últimos duzentos anos. Muitos países do Ocidente e do Oriente testaram e aprovaram a velha receita de boas escolas + boas bibliotecas, mas eis que novas tecnologias e novos hábitos nos forçam a retomar antigos desafios e enfrentá-los, agora com novas abordagens. Para as próximas gerações, teremos que considerar a importância da multimídia na vida de crianças e jovens como elemento vital de nossas estratégias para formação de leitores.

Sim, porque é nos primeiros anos de vida que se forma o hábito da leitura. Quem não teve acesso a livros durante o período de sua formação escolar dificilmente será um leitor ao chegar à idade adulta. Acontece que o acesso ao conteúdo dos livros geralmente se dá muito antes da alfabetização: começa quando alguém lê em voz alta para a criança. Futuros leitores são consumidores de boas narrativas literárias desde a primeira infância, é um padrão que se repete. E, antes que algum leitor precipitado veja nisso algum elitismo, esclareço que uma *Branca de Neve* bem contada, ou a *Moura Torta*, para sermos mais ibéricos, é exemplo de narrativa que qualquer mãe, em qualquer endereço, pode oferecer ao filho. Há histórias indígenas ou de origem africana que também são maravilhosas, as crianças adoram e pedem mais. A literatura começa na oralidade. Ensinar a criança a folhear um livro ou a relacionar as ilustrações nas páginas com a história que está sendo contada é fundamental. Nada de novo aí, notícia velha. Novidade é que as gerações mais jovens já são consumidoras de filmes e *sites* muito antes de serem alfabetizadas ou de se formarem como leitores. Parece que há outro elitismo aqui. Não há, não. Porque o acesso à internet nesse país será universalizado muito antes de os burocratas conseguirem formular uma verdadeira política nacional de bibliotecas.

Educação, arte e comunicação estão convergindo para uma novíssima base multimídia, com saltos tecnológicos cada vez maiores. O problema é que vai ser difícil acompanhar e regular mudanças tão rápidas. Teremos de aprender a pensar sempre à frente, de um jeito que ainda não sabemos fazer.

A importância que a mídia chamada livro conquistou no século XVIII gerou as políticas de formação de leitores de diversos países no XIX (será coincidência que esses países hoje são ricos e desenvolvidos?) e também intensos debates sobre vantagens e desvantagens do *copyright* para a edição de livros e a sociedade em geral. Soa familiar? Eu avisei que não existe nada mais parecido com o século XVIII do que o XXI.

Um pouco de história vai nos ajudar a perceber melhor a complexidade desta nova fronteira da comunicação, antes de retomarmos a reflexão sobre leitores e multimídia.

A literatura veio dos cantos, das vozes livres para narrar mitos, façanhas, belezas, guerras, tragédias e escolhas capazes de definir a vida de um homem

(ou uma mulher). E, durante muitos séculos, a tradição oral conviveu com os livros manuscritos e suas variações sobre os mesmos temas.

Segundo Robert Darton, mesmo na Inglaterra do início do século XVIII, e com a hegemonia da palavra impressa, livros manuscritos ainda circulavam, pois, se a tiragem fosse inferior a cem exemplares, era bem mais barato produzir livros copiados a mão do que impressos. Ora, a lógica industrial exige escala. Quanto maior a produção, menor o custo por unidade e menor o preço final para o consumidor, preço de capa, no caso dos livros. Mas, para fazer investimentos em máquinas e matérias-primas, o impressor queria garantias de longo prazo. Queria comprar o texto de quem era o legítimo dono, o único dono (o autor da obra), e assim ser o único a negociar o livro daquele autor com quem assinara um contrato. A propriedade adquirida pelo livreiro seria similar àquela do comprador de um terreno ou de uma casa; uma propriedade perpétua, imprescritível, transmissível, nunca podendo ser transferida ou dividida sem o consentimento de seu detentor.

Esse autor proprietário foi condição imprescindível para a expansão do comércio de livros e a garantia da acumulação de capital em todos os sistemas econômicos baseados em imprensa e comunicação nos últimos dois séculos. Trata-se de um processo histórico fartamente documentado.

Roger Chartier considera que a verdadeira proteção aos direitos autorais (*copyright*) só foi estabelecida na França revolucionária, exatamente em 21 de julho de 1793, quando foi promulgada a lei que funcionou como “certidão de batismo do autor moderno”, ao determinar que os direitos do autor eram morais e patrimoniais; que mesmo que os patrimoniais fossem cedidos por contrato, os morais seriam inalienáveis e irrenunciáveis, válidos por toda sua vida. Antes dela, o próprio Chartier (1994, p. 61) reconhece, já existiam sistemas de proteção ao autor, criados e defendidos por livreiros-impressores (os editores da época), e regras primitivas da corporação de artes e ofícios que congregava os livreiros de Paris, somadas a vários decretos reais e alguns decretos revolucionários.

Uso o exemplo francês por ser o mais estudado e conhecido, talvez até o mais influente, mas faço questão de ressaltar que livros e escritores percorreram diferentes caminhos em diferentes países. O termo *copyright* surgiu em Londres,

em 1709. O primeiro esboço de legislação sobre propriedade intelectual foi o *Statute of Anne*, em 1710, também na Inglaterra: chamava-se “Uma Lei para o Incentivo do Aprendizado pelo Investimento das Cópias de Livros Impressos nos Autores ou Compradores de tais Cópias durante os Tempos nelas Mencionados”. Gênova foi o mais importante centro de impressão da Europa quando a tipografia ainda engatinhava na França e na Inglaterra. Os reinos germânicos possuíam os melhores tipógrafos e uma tradição editorial tão forte e criativa que não pôde ser ignorada. Entretanto, quando pensamos sobre o conceito ocidental de autoria, temos de pensar necessariamente sobre a tradição francesa.

Foi na década de 1760 que o *copyright* ganhou um defensor deveras eloqüente: Denis Diderot, que se tornaria o inspirador da legislação de 1793. Escreveu ele que, pelo fato de exprimir de uma maneira irredutivelmente singular os pensamentos ou os sentimentos de seu autor, uma obra literária era incontestavelmente sua propriedade legítima.

Que bem pode um homem possuir se uma obra do espírito, fruto único de sua educação, de seus estudos, de suas noites insones, de seu tempo, de suas pesquisas, de suas observações; se as mais belas horas, os melhores momentos de sua vida; se seus próprios pensamentos, os sentimentos de seu coração, sua porção mais preciosa, aquela que nunca morre, que o imortaliza, não lhe pertencer? (CHARTIER, 2002, p. 25)

Diderot foi quem dissociou o *copyright* dos dispositivos corporativos e governamentais que regiam o comércio livreiro, afirmando-o como uma forma de propriedade intelectual.

Para o Estado dar reconhecimento e proteção legal a uma propriedade literária, tinha de ser com base na estética e na originalidade da forma, a maneira singular com que um autor é capaz de se exprimir (COSTA, 2005, p. 207). O texto em si, com suas marcas de estilo, passava a ser a própria arte. O desenho verbal se tornava literatura. Era uma revolução.

A tese de Diderot teve grande repercussão no mundo da edição, e foi assumida pela maioria dos livreiros, mas também despertou reações contrárias, algumas até furiosas. Afinal, política e propriedade sempre se confundem.

No ano de 1776, o Marquês de Condorcet publicou *Fragmentos sobre a liberdade de imprensa*, com o declarado objetivo de contestar os argumentos de Diderot a favor do *copyright*. Dizia que a propriedade literária não era um direito, mas um privilégio nocivo ao interesse público, um entrave à liberdade, uma restrição aos direitos de outros cidadãos. Nenhuma obra poderia ser considerada propriedade particular de ninguém. Nenhum escritor poderia se achar dono de um texto, pois “um homem de gênio não escreve por dinheiro.” Para o marquês, “as expressões, as frases, as palavras, as composições agradáveis não têm importância quando comparadas às idéias e aos princípios que pertencem ao repertório das verdades universais” (CHARTIER, 2002, p. 26 e 27). Condorcet, claro, nunca foi um escritor que vivesse de sua pena (escrevia-se a pena na época), mas um aristocrata que usufruía suas rendas agrárias.

Desde 1793, pode-se dizer que a idéia predominante é a de Denis Diderot. Muitas leis foram discutidas, escritas e reescritas depois, cada país protegeu seus autores e editores conforme suas tradições jurídicas e comerciais.

Enfim, com as regras do jogo bem definidas, e a cadeia produtiva organizada, a indústria do livro floresceu no século XIX e o escritor profissional se tornou um fato. A literatura entrou em nova fase, principalmente aquela escrita para crianças e jovens.

Curioso é que o *copyright* demorou muito tempo até ser aplicado a outras formas de narrativa que não a literária. Para continuarmos com os públicos infantil e juvenil, peguemos o exemplo das histórias em quadrinhos.

A data de nascimento oficial das histórias em quadrinhos como gênero narrativo próprio da moderna comunicação de massas é 5 de maio de 1895, um domingo. Foi nessa data que o artista norte-americano Richard Outcault publicou pela primeira vez o seu personagem Menino Amarelo (Yellow Kid). Down Hogan’s Alley era o título das lâminas semanais que Outcault publicava no jornal americano *New York World*, satirizando a vida dos imigrantes nos cortiços de Nova Iorque. As chamadas lâminas eram um espaço em que o artista

retratava uma cena cômica valendo-se de uma única imagem. Naquele domingo, a cena mostrava um monte de crianças, inclusive um menino oriental (provavelmente chinês) vestindo um enorme camisolão. Esse menino começou a aparecer outras vezes e acabou se tornando o astro da série. Seu camisolão começou azul, mas, a partir de 5 de janeiro de 1896, tornou-se amarelo.

Atenção: Não devemos confundir jamais *cartoons* com os quadrinhos. Will Eisner, a maior autoridade mundial em quadrinhos, definiu o gênero como uma forma de arte seqüencial. Enquanto um *cartoon* tem que transmitir a sua mensagem (geralmente de conteúdo humorístico) em uma única imagem, a história em quadrinhos é uma seqüência de acontecimentos ilustrados. Ela é uma narrativa visual que pode ou não usar textos, seja em balões ou em legendas.

Outcault, por ter inventado o balão de diálogo e ter feito sua série evoluir de uma única imagem para uma seqüência de imagens, formando uma narrativa curta, é mundialmente considerado o criador da moderna linguagem dos quadrinhos. Os norte-americanos o chamam de “Father of the American Sunday Comics”. E porque, de 1895 a 1929, todas as narrativas ilustradas publicadas nos Estados Unidos eram chamadas de *comic strips*, o nome americano desta arte visual é *comics*. Em todos os demais países, o nome local das narrativas visuais é sempre baseado em algum elemento gráfico: quadrinhos no Brasil, banda desenhada em Portugal, fumetti na Itália, mangá no Japão.

Em maio de 1896, Outcault pediu demissão do *New York World*, que pertencia a Joseph Pulitzer, e se mudou para o *New York Morning Journal*, de William Randolph Hearst, por um salário muito maior. Como não havia nenhum *copyright* registrado e nenhum precedente jurídico sobre quadrinhos (afinal, tudo começou com Outcault), Pulitzer declarou-se dono da série *Down Hogan’s Alley* sem nenhum pudor e contratou o artista George B. Luks para continuar a desenhar aqueles personagens. Hearst, por sua vez, não se intimidou e continuou publicando a versão de Outcault. O caso foi parar na justiça, que determinou que o título da série (*Down Hogan’s Alley*) pertencia a Pulitzer, mas que os personagens podiam ser publicados por ambas as partes, em litígio — ou seja, a situação que já existia de fato (duas séries paralelas) foi mantida pela corte.

Provavelmente, o juiz de 1897 não considerou uma página ilustrada publicada aos domingos em um jornal popular como uma criação artística a ser protegida por *copyright*. Entendeu que Joseph Pulitzer estava disputando com Hearst e Outcault apenas um título que incrementava as vendas do jornal aos domingos.

William Randolph Hearst não se abalou com a decisão da justiça. Rebatizou a série de Outcault com o nome do seu personagem mais famoso: O Menino Amarelo (Yellow Kid). Afinal, o que ele realmente queria era o talento de Richard Outcault para atrair leitores. Tanto que estimulou o artista a radicalizar suas inovações (balão de diálogo, seqüência de imagens, cores) para distinguir ao máximo seu trabalho no novo Yellow Kid daquele que George Luks estava fazendo em *Down Hogan's Alley* para Joseph Pulitzer.

Em 1906, Outcault estava trabalhando em outro jornal, o *New York Herald*, desenhando agora um novo personagem, Buster Brown. Novamente, Hearst resolveu contratar o artista e sua nova série. E novamente o caso foi parar na justiça, sendo que a sentença repetiu aquela de 1897: o *Herald* foi considerado único dono do título Buster Brown, mas Outcault podia continuar a desenhar seu personagem para Hearst com outro título. E o *Herald* podia continuar a publicar Buster Brown desenhado por outros artistas.

Vários outros artistas de quadrinhos passaram por esse tipo de situação. Sempre que mudavam de jornal, em busca de um salário melhor, acabavam envolvidos em disputas judiciais pelo direito de continuar a desenhar os personagens que tinham criado quando estavam no emprego anterior. E quase sempre a decisão judicial era repetir o precedente do caso Yellow Kid. Por isso, no início do século XX, era comum ter séries iguais, fossem páginas dominicais ou tiras diárias, sendo publicadas em diferentes jornais pelos Estados Unidos (e pirateadas em outros países), com títulos diferentes e artistas diferentes. Era uma confusão que não parava de crescer por falta de legislação específica e jurisprudência adequada. Como os artistas viviam de salário, a única maneira de ganhar mais dinheiro era pedir aumento. E quando o patrão não queria dar? O jeito para o artista era buscar um emprego melhor em outro jornal.

Como os juízes da época se concentravam em decidir quem era dono dos títulos, não dos personagens, havia uma brecha legal. E William Randolph

Hearst, de tanto se envolver nessas disputas, percebeu que ali havia uma oportunidade de negócios. Em 1915, ele passou a investir tanto em advogados talentosos quanto em artistas ousados, criando uma empresa para comprar e negociar direitos de publicação de histórias em quadrinhos, a King Features Syndicate. Começava o processo de centralização da distribuição dos quadrinhos, primeiro pelos jornais americanos, depois pelos jornais de outros países.

Esse sistema de empresas agenciadoras detendo os direitos sobre as séries de histórias em quadrinhos e distribuindo-as para diversas publicações acabou com as disputas judiciais surgidas quando um autor mudava de jornal. Os artistas deixaram de ser assalariados para serem *free lancers* que assinavam contratos de exclusividade com os *syndicates*. Os artistas, portanto, agora eram tratados como autores. O próprio mercado editorial começava a criar as regras jurídicas que a justiça norte-americana até então não considerava como prioritárias.

Segundo os historiadores, William Randolph Hearst teria começado a imaginar sua nova empresa em 1913, pouco tempo depois do *Copyright Office* dos Estados Unidos ter incluído o cinema como categoria artística digna de ser protegida pelo *copyright* (isto aconteceu em 1912). Afinal, a lógica jurídica teria de ser a mesma.

Lógica jurídica. Eis as palavras mágicas.

Muito tempo atrás, ao me apaixonar pela história da comunicação em geral, e do livro para crianças e jovens em particular, não imaginava que necessariamente teria de pesquisar tanto sobre lógica jurídica. Sem ela, as cadeias produtivas dos livros ou dos gibis não fazem sentido. Antes que certa lógica jurídica seja estabelecida, consagrada e respeitada, a história de qualquer setor da comunicação é caótica, para desespero dos historiadores.

E quando, finalmente, o mundo das narrativas verbais e visuais parecia organizado, vem a multimídia...

Quem trabalha com formação de leitores já detectou o desafio de lidar com a “contaminação de expectativas” dos nossos pequenos quando eles vão ler livros cujos enredos já são conhecidos. Exemplo: *Branca de Neve e os sete anões*. Mas o princípio vale para qualquer história infantil ou juvenil.

▪ Mário Feijó Borges Monteiro

Quem primeiro escreveu sobre essa “contaminação de expectativas” foi Jorge Luís Borges, quando trabalhava como jornalista na revista argentina *Sur*, na década de 1930, mas ele escreveu sobre os livros contaminando os filmes. Naquela época, Borges foi uma espécie de porta-voz de leitores que se decepcionavam com filmes baseados em livros. Ele gostava de comentar sobre o tremendo desafio que as adaptações cinematográficas tinham de enfrentar: o conhecimento prévio que boa parte do público tinha sobre a trama ao entrar na sala de projeção e as expectativas geradas por causa disso.

Nascido em 1899, Borges já estava com 30 anos quando o cinema ganhou som. Para sua geração, a cultura literária veio antes da cultura cinematográfica. Para o brasileiro Monteiro Lobato, nascido em 1882, foi igual: primeiro a literatura, depois o cinema. A diferença é que, no ano de 1936, Lobato já percebia a importância do cinema na narrativa juvenil e fez Emília querer ser estrela nos estúdios da Paramount, como Shirley Temple. Fez também Pedrinho lutar com o marinheiro Popeye dos desenhos animados (em *Memórias da Emília*). Naquela época, a legislação brasileira até permitia coisas assim. Hoje, não permite mais.

Enquanto Jorge Luís Borges intuiu a “contaminação de expectativas” de boa parte do público leitor quando ia ao cinema, Monteiro Lobato, sem querer, inverteu aquela intuição e anunciou que, no futuro, seria diferente: o cinema chegaria às crianças antes da literatura. Isto é: a chamada “contaminação das expectativas” acontecendo bem antes do processo de formação de leitores. Um exemplo? Ora, a cena capital de um menino retirando uma espada encravada na pedra e assim se tornando rei. Ou a de um homem voltando para sua casa após vinte longos anos e se reencontrando com a mulher e o filho. Imagens que se fixam na mente de crianças, adolescentes e adultos. Cenas básicas que se repetem, mesmo com grande variação. E porque estão sempre expostas na mídia, acabam sendo conhecidas até por quem nunca leu as histórias do rei Artur ou de Ulisses.

A idéia de resistência à cultura de massa que marcou a educação na segunda metade do século XX, e principalmente a formação de leitores nas escolas, não se sustenta após a revolução digital. Precisamos atualizar nossas

estratégias para ensinar a cultura letrada e propagar os valores literários. Os professores dedicados à formação de leitores não têm como isolar o ensino de literatura das múltiplas narrativas e influências da indústria cultural que bombardeiam crianças e jovens de hoje.

Todo professor é um mediador entre o saber constituído e o universo particular de seus alunos, mesmo na cultura multimídia do século XXI. A geração MSN está lá fora, com seus *blogs*, torpedos SMS, *ipods*, dialetos sem vogais... Pais e educadores precisam e querem pensar sobre essas novidades, separar o joio do trigo, estabelecer critérios de qualidade, neutralizar os modismos e identificar o que veio para ficar. Tremendo desafio, diria Borges, mas podemos lidar com ele, desde que as regras do jogo sejam bem definidas. Ou seja: voltamos para as palavras mágicas. Lógica jurídica.

Pirataria não combina com educação. As estratégias para usarmos abordagens multimídia durante o processo de formação de leitores não têm como evitar o tema *copyright*. Somos professores, portanto, temos de ser modernos, sempre atualizados, mas sempre dentro da lei.

No século XVIII, quando se entendeu a importância do direito autoral para a cadeia produtiva do livro, houve um salto de qualidade na educação. E estímulo para a criação artística também. No século XXI, o consenso sobre o que é certo ou errado também será vital para levarmos os benefícios das novas tecnologias para a sala de aula.

■ Mário Feijó Borges Monteiro

■ **Referências**

CHARTIER, Roger. A propriedade e o privilégio. Prefácio. In: DIDEROT, Denis. *Carta sobre o comércio do livro*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2002.

CHARTIER, Roger. *A aventura do livro*. São Paulo: Unesp, 1998.

CHARTIER, Roger. *A ordem dos livros*. Brasília: UNB, 1994.

COSTA, Cristiane. *Pena de aluguel*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

CULLER, Joseph. *Teoria literária: uma introdução*. São Paulo: Beca, 1999.

DARTON, Robert. Os impressores da mente. Artigo especial publicado na *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 1.º de agosto de 2004.

DIDEROT, Denis. *Carta sobre o comércio do livro*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2002.

FEIJÓ, Mário. *Quadrinhos em ação: um século de história*. São Paulo: Moderna, 1997.

FEIJÓ, Mário. Permanência e mutação: o desafio de escrever adaptações escolares baseadas em clássicos da literatura. Tese de doutorado. Rio de Janeiro, PUC-Rio, 2006.

MANGUEL, Alberto. *Uma história da leitura*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.