

I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial

Realização: FCRB · UFF/PPGCOM · UFF/LIHED

8 a 11 de novembro de 2004 · Casa de Rui Barbosa – Rio de Janeiro – Brasil

O texto apresentado no Seminário e aqui disponibilizado tem os direitos reservados. Seu uso está regido pela legislação de direitos autorais vigente no Brasil. Não pode ser reproduzido sem prévia autorização do autor.

Uma Trajetória Histórica: A Editora Ática

Íris Filomena Mendes de Oliveira¹

Universidade Estadual de Campinas/ Faculdade de Educação/ Mestranda

Resumo

Apoiada em informações produzidas pela própria editora Ática, através do seu *site* e principalmente do livro *Momentos do livro no Brasil* (1995), de coordenação geral de um de seus editores e que conta um pouco da história da edição no Brasil, o trabalho centraliza uma reflexão em relação aos aspectos que a editora destaca de seu papel e de sua inserção no mercado editorial brasileiro. Que características que a editora procura ressaltar de seu trabalho editorial e da produção de seus materiais, a fim de ser identificada e reconhecida no mercado editoria?

Palavras-chave

Editora Ática, História da cultura impressa no Brasil, Editores e a difusão do livro.

Analisamos, na iniciação científica ², catálogos de livros infantis disponíveis para professores e interessados em literatura infantil como um lugar possível de ser interrogado sobre o que eles trazem inscritos a respeito de leitor, literatura infantil e leitura.

Os catálogos escolhidos para serem analisados foram dois: o da “Companhia das Letrinhas” e o “Infantis da Ática”, do ano de 2001, selecionados pela ampla aceitação dessas editoras no mercado livreiro e por apresentarem diferenças significativas entre eles.

No momento da realização da iniciação científica buscamos conhecer os caminhos traçados pelas editoras em suas trajetórias históricas considerando que os catálogos, como seus produtos, nelas se encontravam entrelaçados. Como nos aponta a editora Ática no livro *Momentos do livro no Brasil* (1995:239): “consultar o catálogo da editora é num certo sentido, rememorar sua história.”

O presente trabalho tenta interrogar, especificamente, a trajetória histórica da editora Ática em torno de algumas questões que não foram colocadas, nem respondidas no momento

da iniciação científica, tanto a respeito de sua inserção no mercado editorial, nos diversos momentos de suas atividades, como em relação ao papel e a importância que a editora julga

¹Iris Filomena Mendes de Oliveira, pedagoga, mestranda do grupo ALLE/FE/Unicamp. ²Este trabalho é parte da pesquisa desenvolvida, em 2003, como Iniciação Científica intitulada *Uma leitura dos catálogos de livros infantis*, com orientação da Profa. Dra. Norma Sandra de Almeida Ferreira, junto ao grupo ALLE/FE/Unicamp e financiada pela Fapesp. Email: irisfil@yahoo.com.br

ter em sua função editorial. Como a editora através de documentos que narram a sua história, constrói sua identidade editorial? Que marcas, aspectos, ela destaca nestas narrativas, sobre seu papel e sua importância no mercado editorial? Quais características ela ressalta de seu trabalho editorial e da produção de seus materiais, a fim de ser identificada e reconhecida no mercado editorial?

Para tanto serão analisados dois materiais produzidos pela própria editora: O *link* Nossa Origem, do *site* www.atica.com.br, possível de ser acessado nos últimos anos, embora sem apresentar mudanças significativas em seu conteúdo. O *link*, Nossa Origem, traz as características deste suporte: informações rápidas e ágeis a respeito da criação e trajetória da editora, no entanto, apresenta dados pouco mais atualizados a respeito da produção de seus diferentes títulos que a obra impressa. Foi através do site que chegamos ao livro, Momentos do livro do Brasil (1995), uma obra comemorativa dos trinta anos de atividade da editora e que resgata um pouco da história da edição no Brasil contando sobre as principais personagens deste cenário e suas principais obras.

Este livro constituiu uma obra de referência para o nosso estudo, pois foi organizado por um dos editores da própria Ática, Fernando Paixão, e, com a finalidade de comemorar o seu longo tempo de existência. Nele, através de uma visão construída intencionalmente para ressaltar o papel importante que esta editora ocupa no mercado, podemos, se interrogá-lo, identificar marcas deixadas pelo autor/editor para orientar seus leitores e possíveis consumidores a respeito do que esta editora considera relevante de seu trabalho, de sua trajetória e como gostaria de ser reconhecida.

Na apresentação do livro, o diretor editorial, José Bantim Duarte, afirma que:

Para Ática – que hoje é a maior editora do país, tanto em volume de publicação quanto em faturamento -, reservamos um espaço nobre. Com sentimento de orgulho, e deixando de lado a modéstia, apresentamos num capítulo especial a trajetória de nossos trinta anos, mostrando como temos participado ativamente da vida editorial brasileira. (1995:07)

As palavras de Duarte ilustram o quanto estes materiais que visam resgatar a história da editora, tanto o *site* quanto o livro, explicitamente trazem informações em uma redação

romanceada, ressaltando apenas os sucessos e ocultando as dificuldades que possam ter enfrentado ao longo do tempo.

Criação da editora: material didático

Nas fontes pesquisadas uma primeira idéia que se destaca é a relação estreita entre a criação da Ática e o mercado escolar. A editora “nasce” dentro da escola, para além de seus muros, e, ela emerge não no interior de uma escola regular e pública, mas em um de seus segmentos: o curso de madureza.

Na década de 50, um momento em que a escola passa a ter cada vez mais o importante papel de qualificação de mão de obra da população e, a educação escolar, necessita expandir-se para atingir tal demanda, um contingente de pessoas que gostariam de voltar a estudar, mas já tendo avançado a idade escolar e já inseridos no mercado profissional, buscam outras alternativas. Surgem e expandem-se assim, os cursos de madureza, hoje conhecidos como supletivos, e os mais recentes, como EJA.

Percebendo e acreditando na amplitude deste segmento escolar, Anderson Fernandes Dias, apontado como uma pessoa de origem modesta, junto com seu irmão Vasco Fernandes Dias Filho e seu amigo da Faculdade de Medicina da USP, Antônio Narvaes Filho, juntaram suas economias e decidiram fundar, em 15 de outubro de 1956, dia do professor, o curso de madureza Santa Inês.

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, de 1961, consolida o que inicia na década de 50, o favorecimento do ensino particular e há uma expansão de cursos de nível médio profissionalizante de qualidade duvidosa. (RIBEIRO:1998).

A ampliação do número de vagas nas escolas particulares, beneficiadas pela LDB, pode se percebida também na Santa Inês que, segundo o livro, inicia suas atividades em uma sala com quinze estudantes e no ano seguinte já apresenta quatro turmas num total de cem estudantes.

Para a editora a expansão do ensino e seu reconhecimento se devem ao princípio norteador da Santa Inês que é o de incentivar o debate e estimular o espírito crítico entre os estudantes, insistindo na realização de conferências, mesas-redondas e projeção de filmes, sendo a palestra de Jorge Luis Borges proferida em 1970, na Santa Inês, à convite do professor de espanhol do curso, Mozailde Bezerra, um marco e um símbolo da identidade que a editora pretende imprimir.

De acordo com Momentos do livro no Brasil a palestra do escritor argentino lotou o salão de conferências da Santa Inês. Iniciada, pontualmente às oito horas da noite, o autor

falou por menos de meia hora e no final, gentilmente se dispôs a responder às questões do auditório, o que causou nos professores do curso uma apreensão que mal conseguiam disfarçar. A preocupação era não saber como se desenrolaria o debate entre os alunos do curso de madureza e o conceituado escritor.

Um jovem sentado na última fila, alheio aos receios dos professores, logo pediu a palavra e perguntou: "O que o senhor entende por coragem?". O autor de *História universal da infâmia* ficou visivelmente encantado com a questão e não se fez de rogado: discorreu sobre o tema por quase outra meia hora. O debate foi um sucesso (1995:214).

O destaque dado para este fato sugere a idéia de que a editora busca marcar, desde o seu início, um comprometimento com autores atuais de grande repercussão intelectual e uma sensibilidade para atender a um público crítico, participativo e instigante.

Mas, o grande sucesso do curso, de acordo com Momentos do livro no Brasil (1995), não se deu apenas pela ampliação das vagas ou pela preocupação em estimular o debate e a crítica entre os estudantes, mas também pela produção de seu material didático.

O sucesso do empreendimento, porém, não se pode ser creditado apenas a fatos externos: ele se deveu sobretudo às inovações pedagógicas levadas a termo pelo corpo docente do curso. A maior atração eram as apostilas gratuitas, que reuniam o programa anual de cada disciplina. Além de facilitar o estudo, sua criação resultou numa economia significativa para o aluno de madureza, desobrigado da compra dos livros exigidos para acompanhar as diversas matérias.

Este espaço escolar voltado para uma clientela específica necessitava de um material didático também diferente do encontrado e à disposição no mercado. Para adequar uma proposta pedagógica dentro de seus objetivos, os docentes elaboravam os materiais em forma de apostilas e de outros impressos que eram, então, reproduzidos em uma rudimentar "imprensa" escolar.

Ironicamente, a editora ainda não criada, investiu em um novo material (apostilas) recusando-se os livros editados no mercado: mais caros para sua clientela, e talvez mais difíceis de entendimento e manuseio.

As apostilas, com matriz de estêncil datilografado eram escritas pelos professores do curso e rodadas num mimeógrafo a álcool, dentro do porão da escola. Depois era paginada e grampeada por cinco funcionários.

A ampliação do número de alunos, no total mais de 3 mil, segundo Momentos do livro no Brasil (op. cit) provoca conseqüentemente o aumento da demanda por impressos e

apostilas, e a constatação da insuficiência do mimeógrafo elétrico para atender tamanha demanda.

Mais alunos, material didático aceito como bom e mais barato pela clientela, testado e aprovado pelos professores do curso, são os principais argumentos para que Anderson Fernandes Dias defenda a criação da SESIL – Sociedade Editora do Santa Inês LTDA, em 1962.

Um material didático que corresponde ao funcionamento, regras e metodologias do curso, assim como as expectativas dos professores e de seus administradores em relação aos seus alunos, bastante diversos, porém de outros segmentos escolares.

BATISTA (2000: 537), em seu trabalho sobre textos impressos e livros didáticos, focaliza as intenções iniciais das editoras, na história do material didático, em relação às formas de reprodução simples e acessíveis à escola, como o mimeógrafo à tinta e a álcool, o xerox e o computador:

...Se muitas vezes essas novas formas de reprodução geram apenas uma intensa cópia de impressos, possibilitam, também, associados a processos de reprodução gráfica mais simples, o desenvolvimento de uma “imprensa” escolar, voltada para a elaboração e confecção de apostilas, particularmente nos grandes sistemas de ensino, nas séries terminais do nível médio e nos cursos pré-vestibulares...

A própria editora Ática, como aponta BATISTA, originou-se do setor gráfico de uma escola. E segundo ele:

(...) Também não se pode perder de vista que, de acordo com depoimentos de editores (Oliveira *et al.* 1984 e Munakata 1997), o material didático elaborado por professores e produzidos por meio dessa “imprensa escolar” tende – com uma frequência que é necessário precisar – a constituir a “pré-história” de muitos livros didáticos: elaborados por professores do ensino fundamental e médio, reproduzidos e copiados por outros professores, os materiais didáticos produzidos nessa “imprensa escolar” costumam ser “pedra bruta” “garimpada” por representantes comerciais de editoras que “lapidada” e submetida a processos editoriais, daria origem a livros produzidos e comercializados por editoras (BATISTA, 2000: 537).

Deste modo, em 1965, a editora nasce criando um material didático com uma nova e especial “roupagem”, com o objetivo de atingir um público maior e conseqüentemente ter mais lucro, e inserir-se num mercado emergente e promissor.

Por que e como se deu a mudança de SESIL para Ática?

Uma vez aceita a idéia da criação de uma editora, com a intenção de alcançar um público consumidor, com uma proposta diferenciada em relação ao que já existia até então, o nome não pode mais ser identificado apenas a um espaço físico (Curso de madureza Santa

Inês). Buscar um nome reconhecidamente de tradição cultural universal parece ter orientado as discussões iniciadas nos intervalos de aula, na sala de professores. Entre as sugestões de “Grécia”, “Atenas” ou “Polis”, privilegiando as imagens do mundo clássico, o nome Ática foi proposto pelos professores de história por ser Atenas o berço da civilização grega e devido ao valor que esse povo dava à educação. O nome Ática e a primeira logomarca reproduzindo a forma do Panteão Grego, conforme a imagem abaixo, traz os primeiros indícios deixados pelos seus fundadores: valorização da importância da educação, cultura humanista, civilização:



Produção da Editora Ática

A Editora Ática surge com a produção de um material didático “pré-histórico” dos livros didáticos e apresentado em seu catálogo, de 1966, 20 títulos.

Segundo BATISTA (2000), a indústria editorial brasileira passava por um grande momento de modernização, que foi facilitada pelos governantes militares, no conjunto de medidas postas em prática na época, como demonstra Hallewell (apud BATISTA, 2000:556):

... a produção editorial torna-se menos difícil e onerosa devido aos níveis inflacionários e recessão econômica posteriores ao golpe. A partir de 1967 todos os estágios de produção e venda do livro passaram a ser isento de impostos, São estimuladas a fabricação de papel e produção de celulose.

Devido a essas maiores facilidades na produção e venda do material e do incentivo do próprio governo, podemos dizer, que os fundadores da Ática beneficiaram-se deste momento propício para a criação de seu negócio, que é ressaltado, porém por eles, como algo que cresce e é bem aceito pelas qualidades e vantagens de seus produtos. Em 1970:

...um experimentado profissional da gráfica AGGS, do Rio de Janeiro, consultou a instrução de serviço referente à impressão do livro *Estudo dirigido de Português*, sua primeira reação foi um susto. Em seguida, colocou em dúvida a veracidade dos números ali indicados e, finalmente, convenceu-se de que o responsável pelos pedidos tinha colocado um zero a mais na solicitação da Editora Ática. Havia urgência no serviço e, uma vez reparado o erro, o gráfico dedicou seu fim de semana para imprimir os 40 mil exemplares do livro. Na segunda-feira, todavia, ele tomou um susto ainda maior que o primeiro: a editora confirmava que solicitara a tiragem de 400 mil exemplares! (1995:216).

De lá para cá, a editora amplia e intensifica a sua relação com o mercado escolar editando materiais ligados às diferentes disciplinas, criando uma nova fórmula editorial para os livros didáticos, produzindo outros impressos voltados para uma clientela necessitada de um apoio didático, tanto para sua formação (livros universitários) quanto para auxiliar sua prática pedagógica (Livros do professor).

Uma grande fórmula editorial : Livros didáticos

Para atender não somente ao aluno que tem acesso a bens econômicos e culturais, mas também aos que chegam à escola a partir da expansão do ensino básico gratuito, a um aluno ligado às diferentes linguagens não só a impressa, mas também de HQ, do cinema, da televisão, a Ática dá aos seus livros didáticos uma nova cara.

O livro didático passa a utilizar recursos para atrair os estudantes: fartas ilustrações em cores, uma linguagem agradável e direta, utilizando-se fartamente dos recursos da história em quadrinhos, perdendo o aspecto sério e formal dos antigos manuais escolares, buscando uma concepção de leitura mais fácil, amena, composta de texto e imagens.

As novas formas editoriais dos livros didáticos, assim como as diferentes e modernas formas gráficas, apontam para uma característica em que a editora tende a se apresentar; como moderna e que caminha junto à seu tempo e ao lado do leitor.

Acompanha estes livros, o Livro do Professor que, segundo Momentos do livro no Brasil (op cit), traz uma grande dificuldade para a área gráfica da editora:

A Ática solucionou o problema, contratando calígrafos profissionais que escreviam em papel de seda as respostas que seriam publicadas no espaço em branco do livro do professor. (1995:217).

O Livro do professor, criado segundo a visão dos editores como apoio ao ofício do professor que não teria tempo para resolver todas as questões presentes no livro e, talvez, nem condições para preparar sua aula, é pensado como algo útil, dinâmico, pragmático e confiável.

A crítica aos livros didáticos, construída posteriormente na década de 80, vai contrariar as boas intenções da Ática, insistindo em afirmar o quanto a professor adotando este material constrói uma relação de aceitação passiva e de “dependência” nas aulas. O trabalho, inicialmente de total responsabilidade do professor no processo educativo, desloca-se para a imposição e adoção do livro didático, imaginado pelos autores a partir de uma seqüência didática ideal, com suas respostas prontas e corretas para todos.

Na história narrada pela editora, no *site* e no livro, o destaque de sua origem, em um curso de madureza, com um excelente conjunto de professores, preocupados com a produção de um material, até então inexistente, e de qualidade para seus alunos, marca o aspecto principal que a editora busca empregar em sua identidade. Ela não está preocupada em apenas lucros e dividendos, mas em atender uma demanda crescente (o público escolar) com um material escolar de qualidade e moderno, tanto para o aluno quanto para o professor.

Abertura e descoberta de novos públicos leitores: obras universitárias

Do mesmo modo que a editora esteve atenta à expansão do ensino fundamental e profissionalizante pela LDB (5692/71), ela também antecipa o crescimento de uma demanda no ensino universitário, com a ampliação das faculdades particulares, o aumento de alunos e universidades públicas.

Em 1975, a editora lança a coleção Ensaios, “coincidentemente” no mesmo ano em que a comunidade científica abre a reunião da SBPC – Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, que busca aproximar a universidade da sociedade civil.

Segundo o livro, o catálogo de obras universitárias da editora atende diversas áreas acadêmicas e nele podemos encontrar desde títulos introdutórios à textos de divulgação e ensaios de nível avançado.

A série Princípios e a Fundamentos, de 1980, “foi criada com o objetivo de apresentar cursos completos a serem desenvolvidos em sala de aula durante um semestre, ou mesmo um ano” (1995:233). A Série Princípios são livros curtos de abordagem rápida que fornecem informações básicas necessárias sobre determinado programa acadêmico. Sua série supera mais de 250 títulos. Seu preço reduzido combate o uso de fotocópia ... “prática que contribui para diminuir o consumo de livros entre os estudantes e desconsidera o direito autoral.” (1995:233).

Podemos perceber aqui duas questões interessantes: A primeira seria a origem da editora por essas mesmas formas de reprodução que agora, como editora, condena. A segunda, é que a editora inicia com a produção de livros didáticos e volta a investir na produção de “livros didáticos”, mas agora para o público universitário.

É interessante destacar a justificativa dada pelos editores para a sua inclusão no mercado editorial do impresso universitário, pois, afirmando que não ter lucratividade neste empreendimento destinado às universidades, os editores, através das palavras de Anderson

Fernandes Dias, sugerem intenções éticas e políticas, ao colocar no mercado, um produto mais acessível a uma ampla clientela e sem romper com os direitos autorais.

A editora Ática busca assim, não só marcar presença no mercado editorial atual, como construir uma imagem imbuída da importante contribuição no ambiente cultural e educacional; oferece livros didáticos, do ensino fundamental ao universitário, de qualidade e à preços acessíveis, tentando evitar assim a proliferação do xerox, grande e real inimigo de qualquer editora.

A partir dos anos 70 uma nova imagem passa a ser atribuída à editora Ática. Na verdade, o momento de crise econômica posterior a década de 70, representou momentos muito difíceis para as editoras, que têm que se adequar às exigências do momento apresentando novos métodos de administração, utilizando de boas estratégias de marketing e principalmente a descoberta e a abertura de novos públicos leitores.

Uma das estratégias utilizada pela Ática é a linguagem gráfica, profundamente reformulada pelo designer Ary Normanha, vencedor do concurso para a escolha da nova logomarca da empresa, promovida pela editora em meados da década de 70.



A Ática não está mais representada por uma civilização antiga (Gregas), berço da civilização. Seu emblema traz agora, de maneira estilizada, as iniciais da editora (EA). A composição das letras unidas e levemente expandidas em suas laterais permite a identificação e a leitura do logotipo inclusive se vista de cabeça para baixo. Uma leitura possível, dessas letras entrecortadas e unidas num jogo de claro e escuro, seria a imagem de óculos, cujos olhos estão semicerrados, talvez associada a um momento de leitura, ou piscando. Permite pensarmos ainda na imagem dos grandes olhos de uma coruja, símbolo da pedagogia.

A transformação na linguagem gráfica ocorre, inicialmente, a partir das capas dos livros didáticos e representa uma mudança próxima da cultura visual do público, que mudara muito devido à influência dos meios de comunicação de massa.

(...) Elas passaram a explorar um recurso até então ausente no mercado: fotos de montagens tridimensionais que utilizavam elementos pertencentes ao universo tratado

pelo livro. Além disso foram experimentados novos diagramas de distribuição de textos e imagens, intensificou-se o uso de diferentes tipos de letras, as ilustrações se sofisticaram e passaram a ser produzidas por profissionais especializados (1995:229).

Livros de literatura: uma outra fórmula editorial

Nos livros didáticos havia o hábito que continua até hoje de indicar leituras extra classe, principalmente romances dos clássicos nacionais. Buscando atingir à demanda indicada nos livros didáticos a editora lança a série Bom Livro, que reúne obras clássicas da literatura portuguesa e brasileira.

Segundo Momentos do livro no Brasil (op. cit), a leitura dos clássicos tão recomendada pelo professor não era uma tarefa fácil, pois esses livros custavam caro, as edições eram em capa dura, lombada com dizeres em dourado, em papel especial. Por outro lado, essas edições “clássicas” pareciam não agradar ao público jovem.

Por isso, os editores inventam uma nova família editorial visando atingir um público jovem, com ritmo e fôlego para leitura diferente das gerações anteriores, popularizando e modernizado os clássicos das literaturas brasileira e portuguesa.

Atendendo às preocupações temos: o cuidado com a originalidade dos textos, material de qualidade e inclusão de explicações de acordo com as capacidades do jovem e atual público. Os livros trazem capas atraentes e coloridas, textos integrais, com notas de rodapé e introduções explicativas para ajudar os estudantes a enfrentar as dificuldades na leitura.

Estratégias como essas, de produção de novos livros mais agradáveis e atraentes para facilitar a leitura do leitor que se quer conquistar, com altas tiragens que permitem o barateamento de seu custo, foram divulgadas por CHARTIER (1996) em seus estudos sobre a *Bibliothèque bleue*, criado pelos editores de Troyes, no séc XVIII.

A maior modificação está vinculada à criação e inclusão nestes livros de um suplemento elaborado por um professor ou um especialista. Os suplementos, em encartes avulsos, trazem questões que orientam o entendimento da obra a serem preenchidas pelos alunos e já respondidos ao professor.

Essas mudanças na apresentação dos clássicos funcionariam, de acordo com CHARTIER (1996:130), como protocolos de leitura, que seria os lugares de memória do texto e que pode ser uma gravura, resumos recapitulativos, títulos antecipatórios, textos separados em pequenos parágrafos. BOURDIEU (In CHARTIER, 2001:235) ao dizer que os textos, quaisquer que sejam, quando interrogados não mais somente como textos transmitem uma informação sobre seu modo de usar, se remete ainda à toda uma simbologia de grafismo:

Penso num exemplo entre mil, aquele do itálico, e mais genericamente em todos os signos que destinam-se a manifestar a importância do que se diz, a dizer ao leitor “ ai é preciso prestar atenção nisto que digo”, a colocação em maiúscula, os títulos, os subtítulos etc, que são igualmente manifestações de uma intenção de manipular a recepção. Há portanto uma maneira de ler o texto que permite saber o que se quer fazer que o leitor faça.

Também BATISTA (2000), dizendo sobre o processo de produção de um impresso que originalmente não se destinara ou fora gerado para o público escolar, mas que termina a ser destinado para ele, coloca que:

As notas e as orientações didáticas destinam o livro para um leitor em formação e carente de conhecimentos, que lê o romance para o aprendizado de literatura brasileira e não para o prazer e a ampliação, desinteressada, de seu contato com o mundo, como propõe, em geral, os livros de literatura e as formas literárias de leitura. Assim, trata-se de um livro editado para auxiliar o processo de ensino de uma disciplina escolar – Língua Portuguesa e Literatura Brasileira – e, portanto, sob esse ponto de vista, de um livro escolar.” (BATISTA, 2000: 541)

As mudanças na materialidade do impresso, na forma de apresentação, visando atender a outros e diversos públicos leitores, com suas práticas de leitura, ressalta a afirmação de CHARTIER (1996:126) em *Textos, impressos e leitura*: “Façam o que fizerem, os autores *não* escrevem livros. O livros não são de modo nenhum escritos. São manufaturados por escribas e outros artesãos, por mecânicos e outros engenheiros, e por impressoras e outras máquinas.”

Existe toda uma intervenção dos editores para tornar uma obra acessível, segundo as capacidades de leitura dos diferentes tipos de leitores, principalmente para os que estão em formação, assim como produzem obras para atingir um público leitor que inicialmente não foi pensado pelo autor, como leitor do livro, assim como apontou Batista.

Nesta perspectiva, a Ática, a partir da boa receptividade do público leitor com a série Bom Livro, amplia suas publicações para novos títulos que julgava agradar ao público jovem, a Série *Vaga-Lume*. Esta coleção, segundo a editora, privilegia histórias com ação e suspense, traz tanto autores consagrados no gênero, como também lançamento de novos autores, é pensada numa época, em que parece estar sendo confirmada uma mudança na concepção de criança e jovem: “propor outras alternativas a um leitor curioso e ávido por informação de toda espécie, que finalmente descobria livros adequados à sua faixa-etária. Foi essa idéia que, em 1977, norteou a criação de uma nova série: Para Gostar de Ler” (1995: 225).

A série Vaga Lume investe em gêneros como a crônica, um texto mais curto, atraente, influenciado pela linguagem jornalística, mas a coleção passou a incluir também outros gêneros: de poesia a contos, também de autores contemporâneos e consagrados.

A editora investe cada vez mais numa “relação lúdica com o livro, utilizando de linguagens gráficas mais ágeis e valorizando o diálogo das ilustrações como texto.” (1995 : 228) para o seu público leitor.

A estratégia é oferecer aos jovens obras de diferentes gêneros, de diferentes autores, mas de preferência os consagrados, com diferentes temáticas para atingir diferentes leitores com os mais distintos gostos para leitura, para leitores ávidos de novas informações e que não precisam ser poupados da realidade.

As novas coleções, voltadas para os leitores de literatura infantil, investem na apresentação material de suas obras. São lançados na Bienal do Livro, de 1974, 36 títulos infantis chamando a atenção para a “impressão em quatro cores, papel couchê, formato diferenciado, ilustração de alto padrão e preços baixos, graças às altas tiragens. E o principal: texto de autores nacionais, de ótima qualidade.” (1995: 228-229).

Na trajetória da editora Ática podemos dizer que ela sempre esteve intimamente articulada às políticas governamentais de educação e a uma proposta, segundo a editora, de projeto editorial renovador; tanto do ponto de vista dos temas e conteúdos, quanto da parte gráfica, visando a seu público consumidor. Podemos dizer, ainda, que esta editora desde seu início soube beneficiar-se da tradicional aliança “escola e literatura” na sociedade brasileira.

Podemos dizer que a editora constrói através do seu *site* e do livro Momentos do livro no Brasil, uma trajetória que a liga como grande e importante fornecedora de um material de qualidade (tanto de conteúdo quando na forma), com baixo custo condizente com o público que busca atingir. Ela produz uma imagem que o seu crescimento e sua importância no mercado editorial esteve sempre sustentada pela sua sensibilidade e competência em dialogar com as mudanças históricas e sociais de seu tempo. Mudanças no aumento de seu público leitor (escolar); mudanças na imagem de leitor (envolto em outras linguagens, temas, interesses) com capacidades e habilidades diferente do leitor “clássico” dos anos 70.

De qualquer maneira, sem dúvida nenhuma a Ática foi uma editora que no seu tempo, esteve intimamente ligada às políticas educacionais, beneficiando-se da aliança escola e literatura; e produziu em torno de si um discurso que a coloca como responsável pela formação de um público leitor num processo de parceria com autores e autoras nacionais.

Talvez por isso, Dauster ao analisar diferentes depoimentos de grandes editores, afirma que “...os editores vêem seu ofício como comércio e agente de formação de novas gerações de leitores.” (2000:04). E as editoras têm sua parte na formação de gosto dos leitores, pois são em grande parte as responsáveis pela seleção, organização, produção e veiculação dos livros.

Referências bibliográficas

BATISTA, Antônio Augusto Gomes. “Um objeto variável e instável: Textos, impressos e livros didáticos”. In: *Leitura, história e história da leitura* / Márcia Abreu (org.) – Campinas, SP: Mercado das Letras: Associação de Leitura do Brasil; São Paulo: Fapesp, 1999. – (Coleção Histórias de Leitura).

Leitura: uma prática cultural - debate entre P. Bourdieu e Roger Chartier. In CHARTIER, R: *Práticas de leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

Catálogo: Infantis da Ática 2001.

CHARTIER, Roger. *A história cultural*. Entre práticas e representações. Lisboa: Difel, Rio de Janeiro: Ed. Bertrand, 1996.

DAUSTER, Tânia. “A fabricação de livros infanto-juvenis e os usos escolares: o olhar de editores”. In: *Leitura: Teoria & Prática* / Associação de Leitura do Brasil. v. 19, n.36, dez. Campinas, SP: ALB; Porto Alegre: Mercado Aberto, 2000.

LAJOLO, Marisa. *Literatura: leitores & leitura*. São Paulo: Moderna, 2001.

----- . *Do mundo da leitura para a leitura do mundo*. São Paulo: Editora Ática, 2002.

LAJOLO, M e ZILBERMAN, R. *Literatura Infantil Brasileira*. História e Histórias. São Paulo: Editora Ática, 1988.

PAIXÃO, F. (Coord.). *Momentos do livro no Brasil*, Ática, 1995.

PELLEGRINI, Tânia. A literatura e o leitor em tempos de mídia e mercado. <http://www.unicamp.br/iel/memoria/Ensaios/tania.html>. Acesso em 15 abr. 2003.

RIBEIRO, Maria Luisa Santos. *História da educação brasileira: a organização escolar* / Maria Luisa Santos Ribeiro – 15ªed. rev. e ampl. – Campinas, SP: Autores Associados, 1998. – (Coleção memória da educação)

<http://www.atica.com.br>. Acesso em 30/09/04