

Lucia Riff

Agente literária

“Hoje, com as novas tecnologias, só vale a pena procurar uma editora se ela for contribuir para a qualidade final da obra.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 04 de maio de 2010, em São Paulo.

Lucia Riff

Pelas mãos de Lúcia Riff passam algumas das principais decisões relacionadas à vida literária de grandes escritores brasileiros. Nascida em 1954, no Rio de Janeiro, e formada em psicologia, Riff é referência para entender como autores administram suas obras e se relacionam com editoras, dentro e fora do país. Em sua agência, acompanha cerca de 60 escritores, como Lygia Fagundes Telles, Rubem Fonseca, Adélia Prado, Luis Fernando Veríssimo, Zuenir Ventura, além dos legados de Carlos Drummond de Andrade e João Cabral de Melo Neto.

“O agente administra o trabalho do autor, a obra, a imagem, os direitos autorais, os contratos. Cuida para que os livros sejam bem editados, tenham bons contratos, que o autor tenha paz para escrever e se sentir seguro em seu relacionamento com a editora, que entenda o mercado editorial”. Para Lúcia, o Brasil ainda é carente de uma política de valorização, circulação e divulgação do escritor. “Na prática, nós não possuímos nenhuma política séria, boa, consistente, como fazem os alemães.”

Agenciar muitos escritores é motivo de preocupação para Lúcia Riff. “Surgem propostas, convites, ideias, indicações que eu fico tentadíssima a assumir, mas o meu medo é não dar conta”. Isso porque todo o trabalho “é muito personalizado, é importante entender a personalidade de cada editor”. A agente confessa que não dá conta dos pedidos de representação que recebe. “São muitos pedidos.”

O que a gente deve fazer para conseguir publicar um livro?

Hoje em dia a gente tem essa maravilhosa ferramenta que é a publicação na internet. E existem histórias ótimas de livros que começaram na internet e deram tão certo que acabaram sendo publicados em papel. A vantagem da internet é que você não precisa mais ficar na gaveta, não precisa mais ficar “não-lido”, amargando cartas de rejeição ou o silêncio das editoras. Eu acho que a primeira coisa que o autor que quer ser publicado precisa fazer é conhecer o mercado. É saber quem publica o quê. Ter uma ideia de qualidade, ter senso crítico. O que vai ser publicado é o que é muito bom ou pelo menos que tenha uma expectativa de ser muito bom. Ou que o autor tenha alguma força, mesmo que não seja tão bom assim, mas que ele tenha um carisma pessoal ou um conhecimento pessoal para ajudar a vender. Há muita coisa boa, espetacular, que não vende 500 exemplares. E, evidentemente, que tem muita coisa boa que as editoras acabam não lendo, não prestando atenção ou deixando passar. Mas quem é que dispõe de tempo para ler tudo também? É preciso ser extraordinariamente eficiente nessa busca por editora, ser simpático, mandar um material que já tenha sido bastante lido e relido e revisado,

que teve seu tempo de gaveta, que tenha consistência e que tenha a ver com a editora para a qual você está mandando. Porque as pessoas são muito sem noção, mandam qualquer coisa para qualquer editora e depois reclamam que não é publicado, que não são atendidas. As pessoas já chegam para mim com toda a raiva do mundo, dizendo que não vão ser lidas, não vão ser publicadas. Pessoas com esse tipo de atitude você quer distância, você não quer abraçar essas pessoas para nada. A Amazon desenvolveu um programa simplérrimo de *self publishing* que é genial e barato. Não sei se para autores brasileiros eles também fazem. Esse é um caminho também, pagar a edição do seu primeiro livro. Eu acho melhor isso do que você cair nas mãos de algumas editoras. Quer dizer, existem até editoras sérias que cobram do autor para publicar o livro e que fazem um trabalho bacana, não cobram nada além do que tinham que cobrar mesmo. Mas muitos autores me perguntam se é razoável editoras cobrem R\$ 15 ou R\$ 20 mil para publicar um livro. Claro que não é! E nem distribuem o livro depois. Cobram isso só para imprimir e mandar o livro para a casa do autor. Hoje, com as novas tecnologias, só vale a pena procurar uma editora se ela for contribuir para a qualidade final da obra, com boa preparação de texto, revisão, projeto gráfico, divulgação e distribuição.

Você comanda hoje uma agência com o seu sobrenome e tem mais de 20 anos de história no mesmo ramo. Como surgiu o trabalho de agente literária para você? Como surgiu a Agência Riff?

Nós começamos bem pequenininhos, a partir da agência de uma espanhola que estava sendo fechada. Antes eu trabalhava na área editorial, trabalhei na editora Nova Fronteira por muitos anos, depois na José Olympio. Essa espanhola, a Carmen Balcells, que eu já conhecia de longa data, ficou meio desesperada do dia para a noite, sem ter como tocar a agência no Brasil, pois a pessoa responsável tinha saído e ela precisava de alguém de confiança para encerrar o negócio. Ao longo desse ano que eu fui contratada, nós chegamos a um acordo para não fechar a agência e a transformamos em outra, a Balcells Mello e Souza Riff – ou simplesmente BMSR –, que era uma sociedade dividida em três partes iguais – a minha irmã, Laura Riff, a Carmen e eu. Mas desde o início ficou muito claro que a agência não seria gerida por três pessoas. Minha irmã saiu logo no começo para fazer um MBA nos Estados Unidos e por lá ficou. A Carmen tocava os trabalhos dela na Espanha. Então, eu fui administrando sozinha a agência. Os anos foram passando, meus filhos foram crescendo, estudaram direito e começaram a fazer estágio comigo. Em 2003, eu estava com dois filhos advogados e querendo assumir a agência junto co-

migo. Nesse momento, a Carmen já estava aposentada e eu propus comprar a agência.

Quais foram os autores que você herdou?

Autor nenhum. Na verdade, os autores brasileiros todos saíram e os que voltaram foram os que me conheciam da Nova Fronteira, como Lygia Fagundes Telles, Mariana Colasanti, Roberto DaMatta, Sylvia Orthof. Eram autores que eu conhecia ou eram amigos de amigos. Eles voltaram quando viram que a agência passou a ter uma nova estrutura.

O que faz um agente literário?

O agente administra o trabalho do autor, a obra, a imagem, os direitos autorais, os contratos. Cuida para que os livros sejam bem editados, tenham bons contratos, que o autor tenha paz para escrever e se sentir seguro em seu relacionamento com a editora, que entenda o mercado editorial. E aí, é claro, os desdobramentos disso, como um livro virar filme, o autor ser convidado para participar de algum evento, alguma campanha publicitária, a imagem do autor que vai ser usada. Surgem pedidos para antologias, para participações variadas, o autor vai escrever um roteiro, uma peça de teatro, enfim, tudo relacionado ao trabalho do autor, do escritor. É mais ou menos isso. Para o pessoal entender, eu comparo um pouco com o empresário de um artista, você está cuidando da carreira dele. O meu foco principal é a carreira do meu autor, para que ele prospere.

Como você trabalha a obra de um autor e sua imagem?

Conversando um bocado. Tem que haver uma afinidade com o autor e com a obra dele. À medida que você gosta muito daquele autor e daquela obra, você passa a identificar qual o melhor caminho para ele, que outras coisas ele poderia estar fazendo, se está bem onde está. Se ele não está em lugar nenhum, vamos ver qual é o editor bom para aquele autor, porque cada editor tem o seu perfil. Não apenas a editora, mas também é muito personalizado, é importante entender a personalidade de cada editor. Há editores que são mais próximos, outros mais frios. E têm autores que demandam mais atenção, outros que são mais objetivos. Enfim, depende da obra. Os autores de livro infantil e juvenil, por exemplo, não precisam ficar tão apegados a uma editora só, eles podem ter um bom relacionamento com três, quatro, cinco editoras. Já se você tem uma obra de um autor consagrado, em geral, você busca apenas uma editora principal que vai assumir aquilo. Então varia, não tem uma receita.

Uma coisa é administrar a carreira de autores já consagrados, outra coisa é ajudar na construção de carreiras. A Agência Riff trabalha com isso também, pega autores jovens, trabalha a obra deles, tenta construir uma relação?

Sim. Vários dos meus autores praticamente começaram conosco. Na verdade, a minha maior dificuldade, e acho que a maior dificuldade de qualquer agência, é saber quanto trabalho você consegue fazer. Eu tenho a estrutura, sei fazer e gosto de fazer, o que falta é tempo. E essa equação de quantos autores eu consigo representar é difícil. Quando eu comecei com a agência, eu pensei que 30, 40 nomes era o máximo que uma pessoa, mesmo tendo um assistente, uma equipe, uma parte financeira, conseguiria cuidar. Eu já estou com 60 autores na agência. A minha grande preocupação é essa. Surgem propostas, convites, ideias, indicações que eu fico tentadíssima a assumir, mas o meu medo é não dar conta. Vontade de pegar novos autores eu tenho, já assumi a responsabilidade de representar várias pessoas que estavam começando, ou pessoas que já tinham começado e não tinham ainda muita expressão. Basicamente, isso vale até hoje, o que eu busco primeiro são pessoas com quem eu tenha uma afinidade pessoal muito grande. A pessoa tem que entender muito bem o que eu estou fazendo e ela tem que gostar do que a agência pode oferecer, uma afinidade de proposta.

Em 2004, a revista Época publicou o seguinte: “não exagera quem diz que ela, Lucia Riff, possui quase metade da literatura atual do Brasil nas mãos - é tanta gente, e de tanto peso, que não aceita novos representados”.

Não é verdade. Não existe nenhuma empresa fechada. É claro que você aceita novos clientes, novos livros, porque isso faz parte da vida, do barato de você trabalhar nesse mercado, de você descobrir novos autores e de aceitar o desafio de representar um novo grande nome ou uma nova promessa. Há um ano, uma moça me mandou um manuscrito no e-mail, e eu adorei a moça, adorei o e-mail, adorei o manuscrito, peguei, mandei para a Nova Fronteira, que na época estava com uma linha boa de infantil e publicaram no mesmo ano. É claro que uma história dessas não se repete toda hora, mas de vez em quando dá certo. E se a gente não tenta, aí que não dá certo nunca. Eu sempre estive aberta para novos autores. A dificuldade é a seguinte: eu tenho atualmente mais de 500 pedidos de representação, eu tenho uma pasta que eu vou botando os e-mails, de vez em quando sento ali e respondo 20, 30, 40, 50 só de pedidos de representação. E eu só comecei a fazer isso em uma pasta separada um ano e pouco atrás. Antes, eu ia respondendo na medida

do possível. É muito pedido! Eu não dou conta. Quando voltei de Bolonha, na Itália, não consegui responder a todos os e-mails relacionados à feira que tinha acabado de ir! São muitos pedidos e as pessoas mandam manuscritos, não dá tempo! E eu não posso contratar uma pessoa para fazer isso. É delicado você dizer para a pessoa: “Não gostei”. É melhor você dizer: “Desculpa, não estou com tempo de me envolver com o seu trabalho”. Às vezes, eu não pego a representação, mas eu ajudo, respondo, dou uma dica. Também exagera quem diz que tenho metade da literatura atual do Brasil nas mãos. A produção nacional é evidentemente maior que os 60 autores que eu represento, por mais fantásticos que eles sejam.

Uma questão fundamental é a da circulação da literatura brasileira no mundo. Um tempo atrás, uma editora francesa falou que não temos nenhuma lei que ajude na tradução, circulação e representação. Ela se perguntava como podíamos ter tanto descaso com nossa própria literatura.

Isso é um desastre. Existem algumas tentativas muito tímidas e o pior das tentativas tímidas é que a cada ano elas mudam, não existe sequência nenhuma nas ideias. Em um ano tem um programa de tradução que é de uma maneira, no outro ano é de outra. Tem um ano em que bolsas de tradução abrem em março e fecham em abril, em outro, abrem em junho e fecham em julho, em outro ano, simplesmente não tem. Na prática, nós não possuímos nenhuma política séria, boa, consistente, como o Instituto Goethe desenvolve com a literatura alemã. Ou mesmo os modelos adotados por irlandeses, canadenses, portugueses e argentinos com as suas literaturas. Não precisa nem ir muito longe. Os portugueses, por exemplo, construíram o modelo do Instituto Camões. É uma beleza, ajuda editoras brasileiras a publicar portugueses e ainda ajuda o autor português a vir ao Brasil para divulgar o livro. Os irlandeses têm um programa de treinamento de tradutores. Eles pegam os tradutores que se dedicam aos autores irlandeses espalhados pelo mundo, os levam para passar dois ou três meses na Irlanda se reciclando na língua, pegando as gírias. É bem bacana. A gente não tem nada disso, estamos começando ainda. Quem está fazendo um trabalho muito legal é o Itaú. O Itaú Cultural está fazendo um mapeamento de quem são os tradutores dedicados ao português no mundo. Não sei se eles estão fazendo uma diferenciação do português de Portugal e o nosso, mas, enfim, tradutores portugueses, cursos de português, universidades com departamentos de português e editoras que publicam autores brasileiros, tudo isso que está espalhado pelo mundo. É uma coisa fundamental. A partir daí você sabe com quem falar, quem são esses tradutores que você tem

que trazer para treinar. Achei utilíssimo o trabalho do Itaú. Eu fui à Brasília para um seminário desses voltado à língua portuguesa, aí tem umas ideias tímidas, ideias de fazer antologias. Eu, sinceramente, acho que não é por aí.

Uma coisa é fazer uma antologia e outra é trabalhar o autor e qualificar lá fora, torná-lo conhecido, fidelizar público. Como uma agência literária ajuda nisso?

Aí que está, as agências e as editoras são fundamentais para isso. Você vê o modelo norte-americano, que é campeão em vendas de títulos para fora. Tudo bem, eles partem do inglês, que é mais fácil, todo mundo lê, não precisa traduzir nada, não precisa preparar nada e existe toda uma cultura de venda. Quer dizer, há todo um movimento de venda da cultura norte-americana e inglesa para o mundo por meio do cinema, da música, dos shows, das minisséries. Então, você lê aquilo como uma coisa que está na sua casa todo dia, como os seriados *CSI* ou *Law & Order*. Não é o mesmo quando você está falando de alguma coisa escrita no Brasil, escrita na Polônia ou na Índia, em que já há uma sensação de ser estrangeiro. Mas aí é que está, se a gente não leva nas feiras e não manda para fora o que a gente tem de melhor, aí que não vai acontecer nada mesmo. Se eu colocar na ponta do lápis, não só não me rende nada como eu perco dinheiro com as feiras. Quer dizer, se eu pensar friamente. Estou pensando só do ponto de vista financeiro. O que eu gastei para chegar a Frankfurt eu não recupero. Pagar avião, hotel, site da agência, impressão do catálogo, tudo relacionado a expor os meus autores, traduzir aquilo para o inglês, para estar presente em uma reunião de meia hora em que eu vou tentar convencer alguém a prestar atenção no que eu tenho. Se eu pegar o tudo que vendi durante aquele ano, pegar os 10% de comissão que a gente ganha, não paga mesmo! Mas é uma das coisas mais gostosas do nosso trabalho. Na verdade, como você administra a obra do autor no Brasil, uma parte do que eu faço é tentar vender para fora. A esperança é que isso não continue sendo tão difícil assim para sempre. Por exemplo, vender para Portugal já está muito gostoso, já é muito mais fácil. O número de vendas em Portugal aumentou muitíssimo. Eu quero caprichar agora na América Latina, me aproximar da Feira de Guadalajara, no México. Nos primeiros anos, a gente quase só atendia pedidos, depois começamos a cavar uma venda ou outra, agora estamos ganhando uma certa velocidade.

Como o meio digital pode ser usado como instrumento de divulgação da literatura no exterior?

Eu estou usando demais, porque o correio é caríssimo. Mandar um pa-

cote de um quilo para a Espanha custa R\$ 85. Havia, no início, uma resistência. Ninguém queria ler nada na tela, mas hoje em dia você manda arquivo digital de tudo e muitos editores têm esses *readers*, *e-books* e leem os livros com muito mais conforto. Isso facilitou demais! Claro que a feira continua fundamental. Quando o editor está procurando um autor brasileiro para publicar, ele está interessado e está vendo que tem um movimento no Brasil. Ele não vai escolher, entre tudo que foi publicado no Brasil, os dois ou três melhores autores brasileiros, ele vai escolher o que oferecerem para ele. O universo dele é muito menor. Ele, às vezes, não possui nem acesso, ele não sabe o que está sendo bem publicado, quais são os bons nomes. Não fica lendo todos os nossos cadernos literários, as nossas críticas, não sabe a diferença entre uma coisa e outra. Mas aí chega um editor, um agente no qual ele confia e recomenda, diz que é sensacional, que aquilo dialoga com a editora dele. É outra coisa. E ele acaba aceitando. Na hora em que você está vendendo, você tem que conhecer o que você tem, quem é o seu autor e o que o outro publica, claro, para você oferecer o livro certo para a editora certa. Às vezes os resultados são lindos, e você fica feliz para o resto da feira.

Sua agência representa autores consagrados – os que estão vivos e o espólio de grandes escritores também. Entre eles, Carlos Drummond de Andrade, Luís Fernando Veríssimo, Lygia Fagundes Teles. Como se dá o leilão de uma obra? Como foi o leilão da obra do Rubem Fonseca, por exemplo?

Olha, eu com certeza posso falar o que é um leilão, mas eu não posso falar sobre esse processo específico. Isso é uma regra básica do agente, há um sigilo absoluto. Quem pode falar sobre essa negociação é o próprio Rubem Fonseca ou a editora, ninguém mais. Mas, para escolher uma editora para publicar um autor, tem que pensar se é um autor estrangeiro ou brasileiro. Na minha cabeça, quando o autor é estrangeiro, nós normalmente estamos lidando apenas com o agente do autor e o objetivo é o melhor negócio possível no Brasil. Na relação com as editoras, você manda os arquivos pelo computador, em formato pdf, junto com as resenhas, avisa que representa determinado livro e as editoras interessadas respondem. Uma faz uma oferta, outra cobre a oferta. Existe todo um mecanismo para você conduzir aquele leilão de ofertas, até que a melhor vença.

É apenas uma questão financeira?

Pois é. A questão é financeira, mas com algumas variações sobre o tema.

Às vezes, tem leilão de melhor oferta, cada um faz uma oferta somente e entram o marketing, os *royalties*. Mas às vezes são rodadas de melhores ofertas mesmo. Também lidamos com outra forma de negociar, que é quando alguém que está especialmente interessado no livro e faz uma oferta antes que tenha qualquer outra na mesa. Já para o autor brasileiro, a maneira mais gostosa de trabalhar é deixá-lo escolher a editora. Porque, na verdade, os autores e mesmo os herdeiros, no caso de um escritor que já morreu, conhecem as editoras. Eles dizem se querem uma editora em São Paulo, no Rio, uma editora grande ou pequena, um editor do qual possa ser amigo ou um muito agressivo, com marketing poderoso. Se quer uma editora que seja ligada a grupos x ou y, que possa trazer outras oportunidades ou uma editora especializada, de nicho, que vá cuidar especificamente bem disso ou daquilo. Quando você abre um leilão, todas as editoras estão ali para a disputa. Mas o que existe é a melhor oferta. Isso foi feito publicamente com a obra do Jorge Amado, por exemplo. Houve um chamado do mercado editorial e as editoras apresentaram suas propostas na mesa. E foi dito claramente que a família é que iria escolher quem ela queria.

A melhor oferta passa também por um trabalho em torno do livro?

Passa pela questão financeira, mas passa muito pela questão editorial também. É um conjunto de propostas: das capas, do trabalho que vai ser feito com a imprensa, de marketing, de divulgação escolar, vendas para o governo. Hoje em dia, a coisa está super complexa, você tem que pensar no *e-book*, no *audio-book*, no *pocketbook*. Uma obra grande como a do Rubem Fonseca, você tem que pensar em uma editora que possa fazer isso tudo. Mas sempre passa pela escolha pessoal do autor também. Isso ficou claro no caso do Rubem. Não é um leilão como o de obras estrangeiras, que, se na última rodada ficou uma melhor oferta, ninguém cobriu, então pronto.

Como você vê a questão dos novos suportes e dos leitores digitais como iPad e Kindle?

Essa história está dando um trabalho enorme a todo mundo, dá até pena das editoras, porque do dia para a noite você tem que armar outro departamento para cuidar de uma área que rende muito pouco ainda. Você pode perguntar para qualquer um que já está trabalhando com *e-book* aqui no Brasil, os números estão realmente mínimos. Mas é uma área estratégica, não se pode ignorar, tem que entrar. Inicialmente, eu pensava que era só colocar o pdf do livro para vender, mas não é isso. Você tem que bolar mecanismos de venda, precisa

adaptar os contratos. Quase nenhum contrato previa *e-book*. Os que previam, colocavam apenas uma opção para *e-book*, mas não propriamente a negociação como seria, não tem os *royalties*, os mecanismos de distribuição. Existe uma série de problemas agora. Com quem deixar o arquivo do seu *e-book*? Negociar ou não com a Amazon, que está forçando o preço para baixo? Qual *reader* se deve comprar? Isso tudo influencia e limita quais os livros você poderá comprar. É uma limitação absolutamente louca. E a gente sabe que esses aparelhos vão estar completamente obsoletos em dois ou três anos. Então, você não sabe se poderá passar sua biblioteca para outra máquina. Eu assisti a um seminário de direito eletrônico em Frankfurt e tinha um cara que queria saber se podia deixar a biblioteca de *e-books* dele para o filho! O conceito é outro, o *e-book* não é para deixar para o filho! Lembro que eu custei para conseguir ter coragem de comprar o meu primeiro iPod porque diziam que a bateria só durava três anos. Eu não vou comprar um negócio que só dura três anos! Pouco depois eu entendi que em três anos o iPod já seria o iPhone ou seria o iPad ou seria outra coisa, não interessa mais. A tecnologia anda muito mais rápido.

E a questão da pirataria? Assim como aconteceu com o mp3 na indústria da música, você acha que é possível acontecer no mundo editorial?

É uma questão séria. As estatísticas da perda do mercado editorial, fonográfico, do mercado das artes de um modo geral, que é o que nos interessa aqui, é violenta! É importante você pelo menos oferecer, para quem estiver minimamente interessado em ser correto, um caminho certo de baixar aquele livro. Se houvesse um mecanismo simples, fácil, barato, tranquilo e transparente de comprar música há mais tempo, a gente não estaria na situação que está. Até hoje não entendo porque não podemos comprar música pelo iTunes, por exemplo. Então, tem que ter o livro disponível na internet, o livro para os *readers*.

Como mudou o mercado editorial brasileiro nas últimas décadas?

É fantástico. Eu entrei no mercado editorial em 1983, então, de lá até agora, a mudança é de tirar o chapéu. Hoje em dia eu chego nas feiras e as pessoas querem vender para o Brasil, prestam atenção no Brasil. Comprar ainda não muito, mas vender sim, receber *royalties* importantes do mercado brasileiro. Os números daqui já chamam atenção, a quantidade de livros que a gente vende não é mais uma coisa tão desprezível. As capas são lindas, de um modo geral chamam a atenção com projetos gráficos dos mais bonitos que as editoras recebem dos outros países. Os editores são simpáticos, viajam, falam

bem inglês, estão presentes nas feiras, são conhecidos. É um mercado que se impôs pela competência. E agora os problemas são a exceção, não são mais a regra. Já houve tempo em que havia problemas sérios de pagamento, problemas sérios de direito autoral. Houve um tempo em que a inflação comia os *royalties* todos. Não sei se vocês lembram, mas o governo chegou a proibir remessa de dinheiro para o exterior. Aí não dava para pagar direito autoral nenhum. Havia um trauma em relação a vender para o Brasil que foi dissipado. O que a gente encontra hoje é uma situação totalmente diferente. Isso em relação ao exterior, mas mesmo aqui no Brasil é muito interessante. Em 1983, havia um incentivo do governo para editoras que publicavam autores brasileiros. Precisava haver esse incentivo para possibilitar as publicações. Hoje, o autor brasileiro é valorizadíssimo. Também porque há um projeto importante dos últimos governos, desde Fernando Henrique Cardoso, principalmente, e continuando nos governos atuais, de comprar muito livro, que é fundamental para a formação de bibliotecas para as escolas. Isso também está dando uma força grande para o mercado brasileiro e para o autor brasileiro. Mas não é só isso, é o autor que está aqui, que está presente. Tem toda uma literatura moderna também. Os clássicos são muito valorizados, mas há uma turma jovem também.

Como você vê o mercado de pocket no Brasil e a questão do preço de capa?

Essa história do *pocket* é sensacional. Acho super positivo que estejamos entrando firme agora nesse mercado. Mas aqui no Brasil temos uma característica um pouco diferente. No mercado americano, que é o campeão de *pocket*, você tem uma edição cara e uma edição *pocket*, mais barata. Entre o preço de capa do livro normal e o preço de capa do *pocket* você tem uma diferença imensa. Aqui no Brasil você não tem essa margem. O preço de capa de um livro normal vai estar entre R\$ 30 e R\$ 40, enquanto o *pocket* vai estar entre R\$ 15 e R\$ 18. O *pocket* custa pouco menos do que a metade do preço normal do livro, ao contrário dos Estados Unidos, que é cinco vezes menor. Esse já é um fator de complicação. De qualquer maneira, o *pocket*, do jeito que está entrando, bonito, com qualidade, com charme, diminui a margem da editora, mas aumenta o público, pega um público novo, que perdeu aquele lançamento lá atrás ou então pega um público paradidático, o que é super saudável. Eu adoro quando os livros que eu represento vão também para o *pocket*.

Que políticas o governo poderia fazer para baixar o preço de capa no Brasil?

Tem toda uma discussão, que eu não vou saber dar minha opinião agora,

sobre o preço fixo. É uma discussão linda, mas eu não sei qual a solução boa para ela, tem prós e contras de vários lados. O modelo francês, por exemplo, soa interessante, tem aqueles seis meses de janela, em que todos os livros têm que ser vendidos por um preço de capa oficial, que a editora impõe, e depois podem entrar os descontos. Com isso você fortalece as pequenas livrarias.

Cerca de 95% dos editores franceses apoiam a lei do preço fixo.

Como consumidora me parece um modelo inteligente. Me dá medo ver uma Amazon, uma Barnes & Noble, ou nossas grandes aqui, onde tudo o que interessa são os *best sellers*. Tudo bem, os *best sellers* vão vender de qualquer maneira, mas e os outros? Como a gente trabalha com os outros livros? Se você matar a pequena livraria, a livraria de bairro, venderão aonde?

Na questão dos direitos autorais e dos herdeiros das obras, você tem visto mudanças de comportamento, maior consciência em relação às obras literárias?

Na verdade, como em qualquer área, há pessoas que são razoáveis e as que não são. As que pensam de uma maneira mais coerente, consistente e as que são desvairadas. Herdar uma obra é uma coisa difícil! Herdar um apartamento é muito fácil, mesmo que saia a maior briga na família, um dia você vende o apartamento e divide. Mesmo nas famílias mais complicadas, se forem imóveis, coisas assim, você um belo dia divide a casa. Quando você herda uma obra, você tem que cuidar daquela obra até morrer! E aí a obra vai entrar em domínio público totalmente. Mesmo que você contrate alguém, um advogado, um agente, alguém que possa te ajudar a administrar aquilo, você vai ter que se envolver. Vai precisar dizer sim ou não para uma série de coisas, colocar aquilo no seu imposto de renda. Tem casos ótimos de obras que estão muito bem sucedidas, em que o herdeiro tem um trabalho danado, mas tem um rendimento, e tem milhares de casos que não. Tem obras aí com 35 sobrinhos! E que vende muito pouco. É difícil, como você administra um negócio desses? Eu acompanho várias obras, vários grupos de famílias, e sinto o peso da responsabilidade. É muito comum o herdeiro se perguntar o que o pai, o avô ou o tio faria, que decisão ele tomaria. A referência é sempre o que o próprio autor ou autora estaria pensando se estivesse aqui. E são milhares de solicitações. Eu me lembro da época do centenário de Carlos Drummond de Andrade, em que o Pedro Drummond me disse que recebeu mais de 40 pedidos de uso da obra em apenas um dia. Claro que boa parte dessas coisas ele ia repassando para mim, mas você tem que ter um tempo da sua vida para

cuidar da obra. Claro que tem herdeiro que leva isso a um nível de tamanha complicação que começa a ver perigo em tudo, então qualquer uso da obra vira um abuso.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/lucia-riff/>