



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

O PRECONCEITO ACERCA DOS BEST-SELLERS BRASILEIROS

Nicole de Barros Araujo

Rio de Janeiro/RJ
2022

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

O PRECONCEITO ACERCA DOS BEST-SELLERS BRASILEIROS

Nicole de Barros Araujo

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Produção Editorial.

Orientadora: Prof. Aline Frederico

Rio de Janeiro/RJ

2022

O PRECONCEITO ACERCA DOS BEST-SELLERS BRASILEIROS

Nicole de Barros Araujo

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Produção Editorial.

Aprovado por



Profa. Dra. Aline Frederico orientadora



Profa. Dra. Ana Crélia Penha Dias

Documento assinado digitalmente
gov.br MARIO FEIJO BORGES MONTEIRO
Data: 28/09/2022 18:06:10-0300
Verifique em <https://verificador.itl.br>

Prof. Dr. Mário Feijó Borges Monteiro

Aprovada em: 12/09/2022

Grau: 10,00

CIP - Catalogação na Publicação

d642p de Barros Araujo, Nicole
O PRECONCEITO ACERCA DOS BEST-SELLERS
BRASILEIROS / Nicole de Barros Araujo. -- Rio de
Janeiro, 2022.
42 f.

Orientadora: Aline Frederico.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola da
Comunicação, Bacharel em Comunicação Social: Produção
Editorial, 2022.

1. Best-sellers. 2. Literatura de massa. 3. Best
sellers nacionais. I. Frederico, Aline , orient.
II. Título.

ARAUJO, Nicole.

O preconceito acerca dos best-sellers brasileiros / Nicole de Barros Araujo – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2022.

42 f.

Monografia (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2022.

Orientação: Aline Frederico.

1. Best-sellers. 2. Literatura de massa. 3. Best-sellers nacionais. I. ARAUJO, Nicole (Aline Frederico) II. ECO/UFRJ III. Produção Editorial IV. O preconceito acerca dos best-sellers brasileiros

AGRADECIMENTO

Aos meus familiares, que me incentivaram nos momentos difíceis e compreenderam a minha ausência enquanto eu me dedicava à realização deste trabalho. Aos amigos, que sempre estiveram ao meu lado, pela amizade e pelo apoio demonstrado ao longo de todo o período em que me dediquei a este trabalho. À professora Aline Frederico por ter sido minha orientadora e ter desempenhado tal função com dedicação e amizade. Aos professores da ECO, por todos os conselhos, pela ajuda e pela paciência com a qual guiaram o meu aprendizado ao longo do meu processo de graduação.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo explorar a definição da categoria de livros best-sellers e a partir dessa descrição, analisar os preconceitos sofridos por essas obras, consideradas, muitas vezes de forma pejorativa, como “literatura de massa”. O trabalho visa evidenciar, sobretudo, os estigmas a respeito das obras nacionais mais vendidas e amplamente divulgadas na mídia. Através do aporte teórico de pesquisadores relevantes, sobretudo Sandra Reimão, Muniz Sodré e Umberto Eco, analisando o surgimento desta categoria, os estigmas difundidos sobre esta como um todo, e os preconceitos acerca deste em âmbito nacional, utilizando exemplos de obras nacionais e internacionais, e realizando a análise de listagens atuais de ranqueamento dos livros mais vendidos.

Palavras-chaves: best-sellers, literatura de massa, best-sellers nacionais, literatura nacional, estigmas da literatura de massa.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. BREVE HISTÓRIA DA POPULARIZAÇÃO DA LITERATURA E DO SURGIMENTO DOS BEST-SELLERS.....	9
3. O CONCEITO DE BEST-SELLER	15
3.1 Os estigmas acerca dos best-sellers	22
4. O PRECONCEITO E OS ESTIGMAS ACERCA DOS BEST-SELLERS NACIONAIS	28
4.1 Complexo de inferioridade do público brasileiro e a dualidade entre o estrangeiro e o nacional	34
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	38
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41

1. INTRODUÇÃO

Historicamente, a literatura é conhecida como um dos principais produtos culturais devido às suas mais diversas formas e diferentes movimentos literários; a literatura sempre se reinventa, ao mesmo tempo em que quebra e/ou consolida paradigmas. Nosso ponto de análise parte da ideia de que a literatura abarca desde obras desconhecidas até os best-sellers, onde muito se discute sobre a aversão aos métodos de escrita e conteúdo de autores pouco consumidos – o que justificaria a baixa procura – quanto sobre a unanimidade dos best-sellers. Será que os best-sellers também carregam estigmas ou são sempre amados e idolatrados? Abrir essa discussão é o objetivo deste trabalho.

Este texto visa, portanto, refletir sobre as características e paradigmas do que se convencionou chamar de literatura de massa, entendendo tais referenciais como base para a consolidação de um importante fenômeno da indústria editorial nacional. Visa também debater os diversos estigmas que essas obras carregam. São, assim, pontuados os principais aspectos de sua gramática estilística, com o intuito de avaliar a adaptação do fazer literário às demandas da sociedade de consumo, algo que é um dos principais pontos de crítica aos best-sellers.

Por fim, para este aspecto, analisaremos como os estigmas ligados diretamente ao público consumidor e alvo da literatura de massa são estruturados. E, principalmente, para objeto de expansão de nossa pesquisa, analisaremos como a literatura nacional também acaba sendo afetada por esses estigmas.

O trabalho, em questão, tem o intuito de promover este debate levando em conta uma perspectiva histórica, mas também, principalmente, um recorte analítico e crítico. A análise irá iniciar-se a partir da evolução histórica das produções editoriais, que foi revolucionada com a invenção de Gutenberg, que desenvolveu um sistema mecânico de tipos móveis, dando início à revolução da imprensa. A imprensa de tipos móveis é, aliás, considerada como o invento mais importante do século XV. Serão levantados os primórdios da literatura de massa, no contexto internacional e nacional, com o início da publicação dos folhetins em periódicos.

Em sequência, o trabalho irá explorar o conceito de best-sellers, e os principais elementos de construção que caracterizam esse grupo de livros, além de alguns aspectos que instigam a disseminação dessas narrativas e contribuem para o sucesso dessas publicações.

Então, serão avaliados certos estigmas relacionados a essa categoria de livros, frequentemente difundidos por uma elite cultural, que costuma desvalorizar as obras de apelo

popular e sucesso de mercado. Finalmente, serão tratados os preconceitos que revolvem os livros nacionais de maior circulação no mercado.

2. BREVE HISTÓRIA DA POPULARIZAÇÃO DA LITERATURA E DO SURGIMENTO DOS BEST-SELLERS

A fim de compreender as características que marcam a literatura de massa, é fundamental analisar a história de seu surgimento. Diversos fatores levaram este conjunto de obras a tornar-se tão popular, tal como o contexto histórico, com o aumento da alfabetização da população, e a revolução industrial, marcada pela invenção de novas tecnologias. Ao longo dos anos foram surgindo outros aspectos que incentivam o consumo de títulos dessa categoria de livros, como as famosas listas de livros mais vendidos de periódicos e varejistas, e mais recentemente, sites e adaptações de enredos para outros formatos de entretenimento, como peças de teatro, filmes, e peças da teledramaturgia. Para isso, então, iniciarei, justamente, tratando desses fatores históricos, e das evoluções que acometeram essa categoria de literatura, até o momento.

O surgimento da escrita foi um acontecimento tão relevante para a humanidade, que é o advento que marca o fim da pré-história e o começo da história (BAUSSIÉ, 2005). Com o passar do tempo foram aprimorados os sistemas, materiais e técnicas de escrita, que, apesar de terem ampliado o seu potencial comunicativo e de registro histórico, mantinha-se restrita ao clero e nobreza (BORGES, 1981).

Na idade média, por exemplo, os poucos livros que existiam eram manuscritos por monges copistas que passavam meses, ou mesmo anos, transcrevendo os símbolos até que se completasse uma única cópia. Esse sistema de produção que tornava a reprodução dos livros um processo extremamente lento e caro só foi revolucionado por volta de 1450, quando Johannes Gutenberg desenvolveu a prensa com tipos de metal, um processo de impressão que se caracterizou como fundamental para a produção e reprodução de livros (CLAIR & BUSIC-SNYDER, 2008).

Apesar de ter facilitado muito a produção do livro, esse processo ainda era bastante custoso e demorado em comparação aos sistemas atuais, possibilitando que apenas impressões relevantes para certos segmentos da sociedade da época fossem publicadas. Desse período, até os dias atuais, houve inúmeras evoluções no processo de impressão, que na modernidade encontra-se consideravelmente mais barato e mais rápido, o que possibilitou a impressão e a distribuição de um volume crescente de produtos editoriais ao longo dos anos. Com toda a facilidade de acesso ao conhecimento, popularizou-se a alfabetização e com isso

diversificaram-se os assuntos disponibilizados para leitura, tornando essa também, uma forma de entretenimento e diversão (BELO, 2013).

A literatura de massa se popularizou com o surgimento do capitalismo e a ascensão da classe burguesa nos tempos da Revolução Industrial, que almejava uma nova arte, mais popular. Assim, os escritores românticos romperam com o Classicismo, fazendo surgir então, uma literatura mais acessível, tanto na forma literária, como no formato de publicação. Nessa época, surgiu um produto literário mais inteligível à burguesia que os vistos anteriormente, o romance.

Pode-se dizer que, historicamente, este segmento da literatura remonta à época da criação da imprensa. A invenção da imprensa de tipos móveis por Gutenberg tornou mais fácil produzir e reproduzir um grande volume de obras, porém a distribuição e o preço ainda eram inacessíveis para a maioria pertencente às classes populares.

Segundo a autora Marlyse Meyer no livro *Folhetim: uma história*, uma nova narrativa literária surge a partir dos desafios de impressão e distribuição daquele momento, buscando solucionar essa questão. Diante das adversidades relacionadas à execução e à logística para a veiculação de uma literatura de entretenimento, o proprietário de um jornal idealiza e lança o folhetim, como uma forma de publicar composições de entretenimento, em especial romances, com mais facilidade. Essa expressão “folhetim” vem do francês *roman-feuilleton*, que significa romances-folhetim, e originou-se do jornal *La Presse*, de Émile di Girardim, no ano de 1836.

O Folhetim era publicado em um espaço do jornal destinado a textos de entretenimento, apresentado em pequenas quantidades por vez, e exibidos no rodapé, geralmente na parte inferior da primeira página dos jornais. Os romances-folhetim eram, essencialmente, romances publicados de forma fragmentada em periódicos, que incentivavam o suspense em sua descrição e exploravam o sentimentalismo. Esse recurso de fracionar a história era utilizado como um método de fomentar a adesão do público à narrativa, a fim de provocar a curiosidade do leitor pelos “próximos capítulos”. Essa estratégia, aliás, permanece sendo utilizada até os dias de hoje por novelas e seriados televisivos e geralmente é marcada por apresentar um personagem principal em um dilema difícil, ou diante de uma revelação chocante, e importante para o enredo. Se a história agradasse ao público ela continuaria a fazer parte das edições do jornal; caso contrário, seria substituída por outra.

Girardim aproveitou-se do momento do mercado, marcado pelo aumento da taxa de alfabetização, a importância crescente dos jornais no cotidiano, a diminuição da jornada de trabalho e um desejo compulsivo por prosa de ficção por parte da população. O primeiro romance encomendado para a publicação na França foi *La Vielle Fille (A solteirona)*, escrito

por Honoré Balzac, e foi publicado em doze partes no *La Presse* (MEYER, 1996). A partir do sucesso apresentado pelos pioneiros nesta categoria, convidaram-se mais profissionais para escrever peças recreativas especialmente para o jornal.

As tiragens do jornal aumentaram consideravelmente durante a publicação dos romances. Com esse sucesso, o jornal passou a receber de seus consumidores mais engajados, cartas com seus pareceres sobre o enredo tratado, no entanto, nesse primeiro momento, a maioria das cartas eram de indignação denunciando a imoralidade do romance e obrigaram Girardin a interromper uma colaboração que deveria prosseguir. Ao tomar essa decisão, o diretor do jornal legitimou os desejos do público, reconhecendo ele próprio o poder dos consumidores e garantindo, assim, a fidelidade desses mesmos consumidores.

Esse gênero de publicação, logo foi importado para o Brasil, fazendo grande sucesso em meados do século XIX. Nesse momento, no país, o sistema educacional estava começando a ser estruturado de maneira expressiva, e poucos indivíduos eram alfabetizados, e dominavam a leitura. Portanto, a busca e o consumo por essa forma de entretenimento partiam de cidadãos brasileiros privilegiados, em sua maioria jovens provindos das classes mais altas da sociedade.

É necessário ressaltar, também, que, no Brasil, devido a diversos obstáculos técnicos para a edição de livros, muitas vezes os romances eram publicados em jornal devido, principalmente, às dificuldades técnicas para a impressão de livros naquele momento. Era usual da época o livro ser impresso fora do país, na Europa, em sua maioria na França, em sua capital, Paris, e em Portugal, em Lisboa e Porto; o jornal apresentava-se, comumente, na época, então, como a solução (HALLEWELL, 2012). Assim, até mesmo romances que não apresentavam as características marcantes de um folhetim em sua estrutura textual podiam, também, serem publicados em jornal, por conta da facilidade, para parâmetros da época, de possibilitar essa distribuição (por exemplo, *Memórias Póstumas de Brás Cubas*, de Machado de Assis foi publicado desse modo).

No Brasil, alguns escritores se inspiraram nas obras de autores estrangeiros que adotavam o modelo de narrativa que fazia sucesso com a população. Orientando-se por suas narrativas e pela estrutura utilizada por eles, e adaptando-as para a literatura brasileira, inspirando-se por exemplo em obras de: Honoré Balzac, Gustave Flaubert, Stendhal, Victor Hugo, Alexandre Dumas, Paul de Kock, Charles Dickens, Walter Scott, Ponson du Terrail, entre outros.

Adotando essa estratégia de construção de texto, no século XIX, é possível identificar variados romances de sucesso de diversos nomes conhecidos da clássica literatura nacional

como Joaquim Manoel de Macedo (escritor de *A Moreninha*, que se tornaria uma espécie de fórmula para o autor, além do clássico *Nina*), Antônio Gonçalves Teixeira e Sousa (*O Filho do Pescador*), Machado de Assis (que publicou romances como *A Mão e a Luva* e *Helena*), Bernardo Guimarães (*A Escrava Isaura*, e, *O Seminarista*), Visconde de Taunay (*O Encilhamento*), Franklin Távora (*O Cabeleira*), José de Alencar (*A Pata da Gazela*, *Diva* e outros) (HALLEWELL, 2012).

O sucesso do Folhetim foi grande, aumentando a tiragem do jornal. O fato dessas histórias serem publicadas de forma fragmentada, mantinha a demanda pelo jornal constante, pois os leitores se viam obrigados a adquirirem o jornal na frequência em que uma nova edição era publicada para poder acompanhá-las. Garantiam, os ganhos dos donos de periódicos, e traziam certa estabilidade para os próprios romancistas, que deixavam, assim, de depender da compra ocasional de seus livros.

As obras que se destacavam nos jornais eram posteriormente publicadas no formato de livro. Sendo assim, algumas das obras literárias antes de se tornarem clássicos, com sucesso de vendas eram, acima de tudo, e essencialmente, obras de estilo jornalístico que obtinham espaços primariamente em jornais, como a obra, *Memórias de um Sargento de Milícias*, por Manoel de Antônio de Almeida, enquanto, outras eram classificadas, apenas, como ganchos de mercado para garantir a saída desses jornais como os romances-folhetins.

Dessa forma, a partir do folhetim originaram-se algumas obras de literatura de massa consideradas os primeiros best-sellers nacionais. Desde aquele momento, os best-sellers não obtiveram um reconhecimento artístico significativo, em comparação à maneira como eles foram aclamados pelo seu potencial no mercado. Esses movimentos incentivaram, então, a multiplicação deste modelo, por motivos comerciais, pois o principal fator favorável atribuído aos best-sellers era, justamente, a popularidade da história entre o público, e os fundos que ele iria gerar para a editora, uma vez que fosse comercializado.

Aliado à popularização destas obras, surgiu também o hábito de produzir listas dos livros mais vendidos, que teve seu início em 1895, com a iniciativa pioneira da revista literária *The Bookman*, dos EUA. A revista compilava os registros de vendas das livrarias ao redor do país para desenvolver a lista. Então, listas similares passaram a surgir em outros periódicos literários e noticiários. E este costume contagiou todo o país, sendo imitado por veículos como o *Publishers Weekly* e o *The New York Times*. Enfim, esta prática, também, espalhou-se por outras localidades, pelo resto das Américas e por toda Europa, estabelecendo-se firmemente no Reino

Unido, por exemplo, que apresenta a imponente lista do *The Sunday Times*, de Londres (BRITANNICA, 2011).

Hoje é comum encontrar em vários veículos de mídia impressa e digital as famosas listas de best-sellers mais vendidos em um país. Nas primeiras décadas do século XXI, por exemplo, é possível encontrar um excelente recorte dos livros líderes em vendas ao redor de todo o globo no site Amazon.com. Tais listas são naturalmente muito benéficas para editoras e livreiros, por serem uma plataforma que estimula as vendas dos títulos mencionados. Entretanto, data de suas origens uma tendência entre os críticos, e até entre uma parcela do público geral, geralmente aqueles mais “letrados”, a diminuir o mérito destes livros e a desvalorizar sua relevância literária.

A estética contemporânea é absorvida de maneira atenuada pelos best-sellers, de maneira que o caráter de contestação do sistema de dominação vigente - estético, político ou ideológico - se dilua para atender o jogo do mercado e tornar-se um sucesso comercial tanto para o investidor, que analisa a obra e sugere mudanças para melhor aceitação mercadológica, quanto para o público leitor, consumidor e crítico direto da obra.

As constantes transformações tecnológicas alteraram profundamente as condições de vida do trabalhador, exigindo uma maior especialização da mão-de-obra que, até então, era predominantemente composta por indivíduos não alfabetizados. Martyn Lyons e Cyana Leahy (1999) destacam que a intensa migração para as cidades em busca de novos trabalhos, mais qualificados, e a exigência de novos conhecimentos científicos, auxiliaram na consolidação do livro como referencial simbólico para uma erudição e conhecimento.

Em tese, o sujeito-leitor seria detentor de mais conhecimento que seus próximos pela sua condição de consumidor literário. Tal representação deu espaço para a formação de um novo nicho consumidor: a classe trabalhadora, já em meados da primeira metade do século XX. Junto a isso, os avanços tecnológicos permitiram, cada vez mais, a difusão da produção de materiais impressos pelo barateamento do custo. Assim, um universo maior de pessoas passou a obter acesso direto aos livros que, anteriormente, podiam ser considerados artigos luxuosos, usados por consumidores da média burguesia. Este novo panorama, resultou em um novo nicho de consumo de textos. Como expõe a historiadora Vanilda Paiva (1998), este fato contribuiu também para o crescimento do nível de escolarização da classe popular e o alargamento das fronteiras da literatura, algo que concomitantemente foi acontecendo no exterior, resultando na chamada “literatura de massa”, de apelo mais popular, que passou a ser adotada como conceito por pesquisadores e escritores já em meados e fins da década de 1930 para a década de 1940.

O grande sucesso comercial desta categoria de certa forma contribui como indicador de qualidade e excelência para o grande público, o fato de ser mais vendido agrega valor ao produto para as massas. Marisa Lajolo e Regina Zilberman (2001) comprovaram em seus estudos sobre a literatura clássica que a influência do mercado sobre o valor de uma obra literária não era propriamente uma novidade, entretanto com a ampliação do mercado para massas consumidoras, temos uma transferência desta influência do mecenato para o respaldo popular, ainda que o mesmo pudesse vir carregado de estigmas.

Assim, o universo da literatura passou a lidar com novos parâmetros e figuras, tais como a ascensão do indivíduo-massa, que Alfredo Bosi descreve:

A personalidade construída a partir da generalização da mercadoria, quando entra no universo da escrita (o que é um fenômeno deste século), o faz com vistas ao destinatário, que é o leitor-massa, faminto de uma literatura que seja especular e espetacular. Autor e leitor perseguem a representação do show da vida, incrementado e amplificado. Autor-massa e leitor-massa buscam a projeção direta do prazer e do terror, do paraíso do consumo ou do inferno do crime – uma literatura transparente, no limite, sem mediações, uma literatura de efeitos imediatos e especiais, que se equipara ao cinema documentário, ao jornal televisivo, à reportagem ao vivo. (2002, p.249)

O relato de Bosi (2002) sobre a relação entre leitores e autores populares mostra um escritor que almeja sucesso comercial com sua obra e um leitor que almeja uma leitura aventurosa e de entretenimento, partindo de pressupostos e expectativas que o autor coloca em seus trabalhos a fim de gerar satisfação.

A noção do princípio da dualidade público x autor dos best-sellers parte de tal princípio e isso se mantém até os dias atuais, como veremos com maior profundidade e base objetiva nos tópicos a seguir.

3. O CONCEITO DE BEST-SELLER

O best-seller é marcado por características que o diferenciam de outras categorias de livros e os tornam mais atrativos à população em relação aos demais. Através dos anos, é possível identificar que o conceito da expressão best-seller sofreu transformações. Por isso, é importante avaliar todos os aspectos a serem associados a este recorte da literatura que auxiliam a descrevê-lo.

A expressão “best-seller”, aplicada a livros e à literatura, comporta dois campos principais. O primeiro significado dessa expressão, em sua acepção mais literal, diz respeito ao comportamento de vendas de um livro em um determinado mercado editorial. O termo *best seller* tem sua origem no idioma inglês, e pode ser traduzida como “o mais vendido” ou “o mais vendável”, em referência ao excessivo número de obras comercializadas, as quais se destacam, assim, entre as do mesmo estilo. É usado para se referir àqueles livros mais vendidos em um período e em uma região; alguns títulos podem ficar semanas, meses ou até anos entre os mais vendidos do mercado. Nesse sentido, é uma expressão que indica uma análise quantitativa e comparativa, e que diz respeito a vendas.

Desta forma, qualquer livro que se torna muito popular pode ser chamado de best-seller. Hoje o termo é adotado no mundo todo e se refere a qualquer livro, não somente as obras de literatura, que tenha atingido grandes vendagens, desde livros técnicos, científicos, livros de receitas, histórias em quadrinhos e biografias.

Best-sellers seguem um padrão muito semelhante, geralmente usando uma linguagem simples e clara e uma estrutura simples com frases curtas, e parágrafos reduzidos. Esses fatores contribuem para serem aceitos por um público maior. No entanto, esses aspectos colaboram, muitas vezes, para que eles sejam rejeitados pela crítica especializada, sendo considerados uma literatura menor, de baixo nível de qualidade. É possível identificar até que essa categoria seja chamada de paraliteratura, literatura trivial, subliteratura, literatura de entretenimento, de massa ou de mercado, por muitos daqueles que a criticam.

É possível notar, também, que apesar da expressão *best seller* originalmente referir-se aos livros mais vendidos, atualmente também faz referência à fama adquirida por uma obra, suas traduções, adaptações, edições e revisões, a sua repercussão na mídia, e os debates que a temática do livro suscita.

Em algumas situações, inclusive, um livro, quando considerado um best-seller, tende a vender ainda mais. Isso porque a expressão agrega valor ao determinado produto cultural para

uma grande parcela da população, que entende que para uma obra ser classificada desta forma e ter um fluxo de vendas de destaque, ela deve ser boa. Assim suas vendas são alavancadas pelo sucesso comercial que já obteve, alimentando um ciclo de consumo e sucesso comercial.

Quanto ao fluxo de informação mais comum nos best-sellers, o folhetim, antecessor do best-seller, instaurou um modelo de narrativa fracionado, constituindo-se em uma corrente cujos elos eram acrescentados a cada volume do jornal em que eram publicados, edificando-se lentamente perante o leitor. Pires (2002) entende que tal fato contribuiu, significativamente, para o próprio processo de consolidação deste modelo, historicamente aliado às condições do contexto, ou seja, em concordância com as condições do público o qual se propunha atingir.

Após o consumo do folhetim ter se ampliado, ocorreu a “desfragmentação” dessa forma de narrativa, o formato romance-folhetim se transformou no formato romance com características “folhetinescas”, sendo, então, publicado como histórias condensadas em formato de livros. Semeou-se, assim, a base para o que mais tarde culminou no conceito mais corrente de best-seller: uma obra literária extremamente popular cujo valor seria co-legitimado pelo próprio mercado, ganhando evidência e aval através da inclusão na lista dos “mais vendidos”.

Embora o aspecto da fragmentação da narrativa, aparentemente, tenha sido suprimido por um modelo diferente de publicação - na transição do folhetim para os livros -, é possível observar ainda a ordenação de capítulos curtos como uma característica marcante de muitos destes livros, bem como a presença dos ganchos entre os capítulos, remetendo o best-seller ao modelo do romance-folhetim.

Outro elemento marcante é o curso linear da ação nos fatos narrados, formando uma sequência lógica aristotélica, de início, meio e fim, na qual se desenrolam os fatos da história. Este aspecto é determinante para a maior facilidade de adaptações das obras de entretenimento para outros suportes, tais como o cinema, tendo em vista que o investimento primordial dos best-sellers está no enredo, em desfavor da exploração da originalidade e do esforço no uso da linguagem, como se dá na literatura de proposta.

Essa literatura, descendente do romance-folhetim, expandiu-se a partir de meados do século XIX e especialmente no século XX. Os livros que descendem deste fenômeno devem, aliás, serem inseridos na lista dos primeiros produtos da indústria cultural, a qual conhecemos na atualidade, aquela vinculada ao capitalismo e à sociedade de consumo. À parte esse consenso, há várias formas de caracterizar a literatura de massa como um todo.

A pesquisadora Sandra Reimão (2018), faz uma revisão das diversas formas de caracterizar a literatura de massa. Por exemplo, ela menciona que Muniz Sodré, em seu livro

“Teoria da Literatura de Massa”, de 1978, ao abordar a estrutura folhetinesca presente ainda na literatura trivial, afirma que esta se baseia sempre em quatro elementos:

- A presença de uma figura heroica com características românticas que acentua a ideia de destino e de uma especial rejeição das regras sociais;
- A atualidade informativo-jornalística;
- As oposições míticas, o bem e o mal, a felicidade e a amargura;
- A preservação da retórica culta, mas com entrecos e momentos de linguagem mais popular, embora sempre subsidiária da literatura culta.

A autora salienta ainda que Sodré ressalta que essas características são, também, os elementos principais do Romantismo e especialmente o Realismo. E destaca que esta preservação da retórica culta, está presente na literatura de entretenimento trivial não só como estrutura, mas também como conteúdo. Ela complementa, então, utilizando, um trecho de Dieter Prokop, que destaca esse fato em sua descrição, não da estrutura dos romances para as massas, mas de seus conteúdos explícitos:

Nos romances best-sellers, fascina uma mistura que reúne sem escrúpulos aquilo que – visto de um ângulo rigorosamente lógico – não tem relação entre si: combinações de cultura letrada, resquícios de acontecimentos históricos, mas também, obscenidades agradáveis (que, em geral, são apresentadas com indignações hipócritas); também brigas familiares combinadas com símbolos de status e poder econômico e de luxo. (PROKOP, 1986, p.150, *apud* REIMÃO, 2018, p.10)

Todos os elementos enumerados, tanto os explícitos quanto os elementos estruturais, podem ser encontrados esporadicamente também na chamada alta literatura, portanto não o caracterizam de forma definitiva. A caracterização destes textos passa necessariamente pela demarcação da distância, da diferença entre eles e os representantes da literatura culta, pela distinção entre cultura de massa e alta cultura no geral.

Além da classificação ligada diretamente às vendas no mercado editorial, a expressão best-seller, quando aplicada à literatura de ficção, passou a designar também, por extensão, um tipo de texto, com características internas, iminentes, e de um estilo de narrativa ficcional.

Diante disso, atualmente, é comum reconhecer que as massas conceituam como best-seller as obras que realmente conquistam entre seus leitores uma alta popularidade, um sucesso instantâneo, tornando-se assim a publicação mais vendida em determinado período de tempo. Assim como, conceituam, também, títulos, com linguagem e estrutura simples e clara, frases

curtas e parágrafos reduzidos, livros de fácil compreensão com um modelo de narrativa fracionado.

No presente, os best-sellers, são frequentemente avaliados e entendidos como uma categoria de livros, dos títulos que por um certo período de tempo, lideram as vendas em comparação com outros produtos do mesmo gênero. Ou como alguns estudiosos, tais como Muniz Sodré, e Sandra Reimão, gostam de definir, é a classificação do conjunto de livros que são recorrentemente mencionados e possuem o maior impacto em diversos veículos de mídia, onde, por exemplo, meios de comunicação divulgam diversas matérias sobre os assuntos relacionados com a história do livro e os escritores são convidados para quadros e entrevistas em jornais, canais de rádio e televisão, e páginas na internet. Esta modalidade de livros é denominada “literatura de massa”, em relação ao consumo de seus exemplares.

Essas obras também são reconhecidas por contarem com diversas adaptações de suas narrativas para outros meios de comunicação, como a TV, o teatro ou o cinema, pelas inúmeras traduções para outros idiomas, pela quantidade de exemplares publicados e reeditados e, ainda, por sua repercussão na mídia. Este é um circuito vicioso pois a obra, ao se transformar em um best-seller, vende ainda mais, por conta da publicidade derivada de suas adaptações, e da consequente cobertura da mídia sobre este fenômeno.

Nas últimas décadas notamos que a questão da adaptação de best-sellers para o cinema e para a televisão, foi fundamental para ampliar o alcance destes, sobretudo para o aumento das vendas desta categoria de livros já líder neste aspecto. Especialmente, por conta da variedade de produtos voltados para o entretenimento que foram surgindo e crescendo em termos de popularidade, logo após, a eclosão da literatura voltada para o lazer, especialmente a partir da segunda metade do século XX, com a ampliação de catálogos de filmes, e programas de rádio e televisão produzidos com esse mesmo objetivo. A presença de conteúdos culturais que estimulem o consumo de outros em diferentes modais auxilia a preservação de todos esses modos de expressão artística e informacional.

Neste sentido, existem muitos romances adaptados para o cinema no formato de comédia romântica e drama, por exemplo, muitos títulos de Nicholas Sparks inspiraram roteiros de longa metragem, como *Diário de uma Paixão*, *Querido John*, e *A Última Música*, *Com Amor*, *Simon*, *O Lado Bom da Vida*, e *Simplesmente Acontece*. No âmbito nacional, *Meu Pé de Laranja Lima*, e o ícone *Divã*, estrelado por Lília Cabral.

Podemos utilizar, também, o exemplo das famosas sagas de livros que foram adaptadas para o cinema e para televisão, nos anos 2000 e 2010, como Harry Potter, Senhor dos Anéis,

Crepúsculo, e Jogos Vorazes, e As Crônicas de Gelo e Fogo, de George R. R. Martin (mais conhecida como *Game of Thrones*), que além de terem sido adaptações de grande sucesso, estabeleceram esse fenômeno acerca de livros seriados que tratam do mesmo universo, que comporta uma parcela significativa de best-sellers.

Outro aspecto de destaque visível entre os best-sellers das duas últimas décadas é a incidência de títulos de ficção infantil, juvenil, e *Young Adults* (que significa jovens adultos) – ou YA¹. Sendo assim, vale ressaltar que a maioria dos consumidores de livros de ficção juvenil e da categoria YA são adultos, e que atualmente esta classificação é atribuída ao estilo de escrita, às temáticas jovens abordadas, como aquelas que são mais presentes no cotidiano de adolescentes e jovens adultos, e a facilidade de leitura da trama. No Brasil, principalmente, outro gênero muito popular entre os best-sellers, são aqueles que revolvem sobre o autodesenvolvimento, portanto títulos de autoajuda, finanças e empreendedorismo.

No cenário atual, outro aspecto que possui impacto tremendo na vendagem dos livros é sua associação a pessoas famosas, seja ela o autor ou um personagem – comumente o protagonista. É possível classificar esse fenômeno em três categorias. A primeira seria por tratar-se de um texto escrito por uma personalidade famosa por motivos profissionais ou pessoais que não necessariamente envolvem a escrita, como por exemplo políticos, empresários de sucesso, atores, músicos e influenciadores digitais. Nesta situação, vemos celebridades como Michelle Obama, com sua autobiografia, Chico Buarque e seu romance *Essa Gente*, Fernanda Torres e seus livros de crônicas, e ainda os diversos títulos de ficção e não ficção compostos por influenciadores digitais, personalidades que tiveram a origem de sua fama atrelada à internet. A segunda categoria é relacionada à primeira: são aqueles casos onde a biografia de uma personalidade famosa é escrita por um autor que não ele mesmo, como no caso do livro *A Loja de Tudo*, que conta sobre a história de Jeff Bezos e a criação da Amazon, escrita por Brad Stone. E, por fim, a terceira, quando o livro é escrito por um autor que possui fama devido a obras de sucesso compostas anteriormente por ele. Eles, geralmente, são convidados com frequência a participarem de entrevistas para veículos de mídia, e painéis de discussão sobre temas diversos em palestras e eventos, mantendo-se um nome relevante na mídia após alcançarem o seu primeiro grande sucesso. Stephen King, Nicola Yoon, David

¹ *Young Adults* (que significa jovens adultos) ou YA é uma classificação de livros recente que vem se tornando cada vez mais importante para o mercado editorial, pois explodiu em termos de venda e retorno financeiro nos últimos anos.

Yoon, Colleen Hoover, Nicholas Sparks, Thalita Rebouças, Paula Pimenta, John Green, e Martha Medeiros são grandes exemplos de autores-celebridade atuais.

A lista de livros mais vendidos geral do mês de julho de 2022, que será apresentada a seguir, serve como uma excelente representação dos três pontos tratados acima, confirmando esse fenômeno como uma tendência atual que podemos identificar entre os best-sellers. Veremos ainda questões como as adaptações de livros para o audiovisual e discutiremos os gêneros mais presentes.

Lista de mais vendidos geral de julho de 2022 (PublishNews, 2022):

- *É Assim que Acaba*, por Colleen Hoover (Ficção)
- *Escravidão - Vol. 3*, por Laurentino Gomes (Não Ficção)
- *Nas Pegadas Alemoa*, por Ilko Minev (Ficção)
- *O Poder da Autorresponsabilidade*, por Paulo Vieira (Negócios)
- *Mais Esperto que o Diabo*, por Napoleon Hill (Autoajuda)
- *Amor & Gelato*, por Jenna Evans Welch (Ficção Juvenil, *Young Adults*)
- *A Hipótese do Amor*, por Ali Hazelwood (Ficção Juvenil, *Young Adults*)
- *Heartstopper: Dois Garotos, Um Encontro*, por Alice Oseman (Ficção Juvenil, *Young Adults*)
- *Heartstopper: De Mãos Dadas*, por Alice Oseman (Ficção Juvenil, *Young Adults*)
- *Mulheres que Correm com os Lobos* (capa dura), por Clarissa Pinkola Estes (Não Ficção)
- *Especialista em Pessoas*, por Tiago Brunet (Autoajuda)
- *Os Sete Maridos de Evelyn Hugo*, por Taylor Jenkins Reid (Ficção)
- *Luluca - No Mundo da Moda*, por Luluca (Infantojuvenil)
- *Os Dois Morrem no Final*, por Adam Silvera (Ficção Juvenil, *Young Adults*)
- *One Piece 3 em 1 Vol. 1*, por Eiichiro Oda (Ficção)
- *Torto Arado*, por Itamar Vieira Junior (Ficção)
- *Quem Pensa Enriquece: O Legado*, por Napoleon Hill (Negócios)
- *Heartstopper: Minha Pessoa Favorita*, por Alice Oseman (Ficção Juvenil, *Young Adults*)
- *A Garota do Lago*, por Charlie Donlea (Ficção)
- *Luiza Helena - Mulher do Brasil*, por Pedro Bial (Não Ficção)

Neste caso, identificamos entre os mais vendidos, o livro *Amor & Gelato*, enredo adaptado em formato de filme longa metragem, distribuída pela empresa de *streaming* Netflix em junho de 2022 e três obras da série *Heartstopper*, universo adaptado para o audiovisual, e, também, distribuída pela Netflix, a partir de abril do mesmo ano. Os títulos de sucesso de Alice Oseman, aliás, integram essa questão de adaptação, com a tendência do gênero voltado para um público mais jovem, e além disso, fazem parte de uma série de livros, formato não incomum entre muitos best-sellers.

Dentre aqueles que possuem como o público-alvo uma população mais jovem, encontramos, como mencionado, os títulos da série *Heartstopper*, *Luluca - No Mundo da Moda*, *A Hipótese do Amor*, *Os Dois Morrem no Final* e *Amor & Gelato*. Já no gênero de autoajuda, e negócios, voltados para desenvolvimento pessoal, vemos os livros de Napoleon Hill, *O Poder da Autorresponsabilidade* de Paulo Vieira, e *Especialista em Pessoas*, de Tiago Brunet.

Esta lista apresenta títulos em que o autor é uma celebridade, como no caso de Colleen Hoover e Charlie Donlea, autores famosos por sua escrita, Luluca, uma influenciadora digital voltada para o público infantil. E, principalmente no caso do livro *Luiza Helena - Mulher do Brasil*, que possui duas personalidades atreladas à ela, o escritor, Pedro Bial, nacionalmente conhecido por seus trabalhos como apresentador em uma grande emissora de televisão, a Rede Globo, e a personalidade que é retratada na narrativa de Bial, a empresária de sucesso Luiza Helena Trajano, fundadora da Magazine Luiza, empresa brasileira do setor do varejo multicanal.

3.1 Os estigmas acerca dos best-sellers

Desde seus primórdios, os best-sellers são uma categoria livro muito criticada pela elite cultural, aqueles que possuem um grau de instrução formal maior do que as massas. Essas críticas partem, sobretudo, das características mais marcantes desses livros, como a utilização de uma linguagem mais simples, e uma estrutura mais objetiva - menos experimental -, e assim mais previsível, que explora o suspense, os “ganchos” de atenção do leitor, e, a recorrência da abordagem de temáticas e enredos específicos, comumente denominadas de "clichês". Logo, irei discorrer no trecho a seguir sobre esses estigmas.

Os best-sellers, em regra, são livros acessíveis, dispendo de características que despertam o interesse de grande parte da sociedade. Eles possuem linguagem simples, enredos repletos de reviravoltas cativantes, fluxo de narrativa fracionado e estratégias típicas para prender o leitor à história. No entanto, o preconceito acerca deles existe exatamente por conta desses atributos. O preconceito contra o livro best-seller revolve principalmente esses aspectos que provocam a acessibilidade do livro e despertam o interesse do público pelo produto editorial.

O best-seller, comumente classificado como “literatura de massa”, surgiu em uma época de grandes transformações econômicas e sociais, voltado para um público que até então não possuía acesso fácil a nenhum tipo de cultura letrada. Esta massa foi a principal responsável pelo seu sucesso, através do consumo de obras mais acessíveis que levavam entretenimento a uma camada até então excluída, a classe trabalhadora. Assim, a literatura de massa veio “democratizar” esta cultura literária anteriormente restrita a certos segmentos da sociedade, adaptando-a para uma nova realidade. Para tanto, utiliza-se de aspectos estruturais e estéticos específicos.

O gosto pela literatura de massa é assunto de pesquisa de alguns pensadores. Na área cultural, Bourdieu (1979), desenvolveu um estudo sobre os consumidores dos bens culturais e suas preferências. Segundo o autor, o gosto na escolha desses bens, demonstrado através de observações científicas, necessidades e práticas culturais, tais como a frequência a museus, concertos e exposições, preferências em matéria de leitura, literatura, pintura e música são um produto da educação, estando estreitamente ligados ao nível de instrução e não à origem social do sujeito.

Dessa maneira, Bourdieu denuncia o determinismo social, um pressuposto significativo que diz que o gosto e as preferências da população, sobretudo da massa que tem pouco acesso

a níveis superiores de educação, em larga escala é determinado pelas classes tidas como superiores, ou seja, o ambiente e a estrutura social do indivíduo são mais importantes. E que, o ambiente e a estrutura social em que o indivíduo está presente é mais importante nessas situações.

O primeiro estigma a se perceber é aquele relacionado ao tipo de linguagem popularmente utilizada nesses livros. Nessa literatura, a linguagem empregada é aquela que busca desenvolver um texto com leitura acessível, que possibilita a compreensão por todos os tipos de leitores. O folhetim, antecessor do best-seller, por exemplo, instaurou um modelo de narrativa fracionada simples, acessível e representativa, sendo constituído por textos que possuíam apelo à população comum e não abastada. Foi através da expansão deste consumo que a literatura de massa passou de sua forma mais simples, como rodapés de jornais impressos, para formas mais elaboradas, como os primeiros livros que traziam as histórias de maior sucesso condensadas.

Esse recurso, da utilização de uma linguagem acessível para população não se esgotou, devido a sua popularidade e seu potencial comercial. Assim, escritores deste gênero continuaram adaptando a linguagem utilizada em suas obras aos hábitos culturais e de consumo de uma sociedade em constante mutação, de acordo com o contexto, o momento em que estão produzindo o texto, e o público-alvo para qual a publicação é endereçada, variando o vocabulário sem perder suas características primordiais. Logo, a linguagem explorada por esse recorte de livros ganha contornos singulares através de novas mídias, convergindo, inovando, adaptando-se ao momento e espaço em que é empregada, a fim de melhor integrar determinado período na história e permanecer relevante, clara e atrativa para as massas. Entretanto, os chamados eruditos frequentemente subestimam esse estilo de linguagem e diminuem seu valor ao compará-lo a um gênero que adote um vocabulário mais formal, costumeiramente valorizado por esse grupo, que infelizmente não é acessível a por uma parcela da população que não obteve acesso a níveis superiores de educação.

Tomando também como referência a alta literatura, também chamada de literatura culta, erudita ou de proposta, Todorov (2003) caracteriza a literatura de massa como aquela em que a obra individual se conformar inteiramente ao gênero e ao tipo, ao contrário da alta literatura em que a cada obra existe uma quebra. O autor, inclusive menciona:

A grande obra de certa forma cria um novo gênero, e ao mesmo tempo transgride as regras do gênero válido até então. [...] Geralmente, a obra prima literária não se encaixa em nenhum gênero a não ser em seu próprio; mas a

obra prima da literatura de massa é precisamente o livro que melhor se insere no seu gênero (Todorov, 2003 p.64-65)

Ambos acabaram em seus estudos tendo a perspectiva de que embora os best-sellers sejam diminuídos como livros de puro apelo comercial por parte de alguns historiadores, os mesmos defendem que os best-sellers ainda sim conseguem uma objetividade e representatividade maior em seus gêneros, algo que os livros “obscuros”, ou seja, os livros que não atingem grande popularidade, não conseguem.

Embora Todorov esteja dando ênfase aqui à questão dos gêneros e em especial à da contraposição da alta literatura com os gêneros mais estruturados da literatura de massa (romance policial, romance de aventura, ficção científica e romance sentimental), Todorov coloca a questão de uma maneira mais abrangente e única, diferenciando os livros obscuros dos best-sellers pela objetividade que cada um imprime em seu gênero, já que segundo o próprio, livros menos conhecidos transitam em métodos mais “experimentais” de escrita, enquanto a objetividade dos best-sellers em determinados momentos é tudo que pede determinado gênero literário, um ponto pouco analisado em virtude dos tantos estigmas que a chamada “literatura de massa” possui.

Essa posição, entretanto, ganha novos significados dependendo do ponto de vista adotado pelos estudiosos do tema. De acordo com José Paulo Paes (1989, p.8, *apud* REIMÃO, 2018, p11), a originalidade e a ruptura narrativa da chamada alta literatura têm sua contraposição no caráter mais objetivo e regrado da literatura de mercado, e é marcada por uma outra dimensão:

Outro critério de diferenciação é o esforço [...] a cultura de massa se preocupa em poupar-lhe (ao consumidor), maiores esforços de sensibilidade, inteligência ou mesmo atenção ou memória [...]. Já a cultura de proposta não só problematiza todos os valores como também a maneira de representá-los na obra de arte, desafiando o fruidor desta a um esforço de interpretação que lhe estimula a faculdade crítica em vez de adormecê-la. (PAES, 1989, p.8, *apud* REIMÃO, 2018, p.11)

Este aspecto amplamente apontado pela crítica como negativo nos best-sellers, considerados “literatura de massa” é a utilização de recursos e/ou narrativas já utilizadas em outras obras antecessoras e largamente conhecidas, os chamados “clichês”. Contudo, uma grande parcela das histórias desta categoria busca, na verdade, um ponto intermediário entre o inovador e o familiar, investindo justamente na busca do singular, da experiência diferenciada de expressividade e leitura, ao mesmo tempo que mantêm um apelo público e transmite um

conforto, uma segurança ao leitor, visando assim, uma melhor penetração no mercado. Ainda assim, se observa um certo exagero no tratamento a obras consideradas “clichês”, mesmo aquelas que apresentam algum fator inédito. Visto que, há uma exigência muito grande acerca da originalidade, principalmente na crítica literária. De forma que se a história trata de uma trama já reconhecida anteriormente, já é enquadrado, por um recorte culto da população, como um livro digno de menor importância literária.

Além disso, outro recurso, a fim de “democratizar” esta cultura literária anteriormente restrita a certos segmentos da sociedade, e torná-la mais atrativa às massas e utilização de aspectos estruturais e estéticos simplificados específicos. Investindo, também, em aspectos que instigam a curiosidade do leitor, e outros que visam confortá-los, com cenários positivos e soluções conclusivas no enredo.

Deste modo, a poética do best-seller investe justamente no resgate de elementos clássicos (tensão, clímax, desfecho, catarse). Tais elementos são articulados com uma estrutura que, via de regra, lança mão dos “ganchos”, objetivando manter a tensão durante o máximo de tempo possível, adiando o clímax. Os ganchos são uma clara herança do modelo folhetinesco, que permeia formas variadas de literatura de entretenimento (romances policiais, narrativas de suspense e terror, livros de crônicas, histórias em quadrinhos, dentre outras).

Da mesma forma, o final feliz, característico de muitas peças de sucesso deste gênero, é considerado um destes recursos atrativos. Alfredo Bosi (1992), aliás, relembra da utilização desta conclusão como um dos mecanismos mais utilizados da indústria cultural, e suporta a classificação desse como um mecanismo de consolação, contribuindo assim, para o conforto e tranquilidade do leitor, que vive em um mundo de tantas incertezas. Pois, em muitos casos, tudo o que é posto em crise, é reestruturado, solucionado de alguma forma no final.

Justamente, por conta desses aspectos, teóricos mais tradicionalistas, acusam esta literatura de “nada exigir” do leitor, além de mera distração e desfrute, em oposição à chamada alta literatura ou literatura culta. Sendo vista, por eles, como “inferior”, exatamente por esse motivo.

No entanto, estudiosos como Umberto Eco (2000), tentam revisar este estigma, e distanciar deste gênero as expressões “literatura de massa”, “baixa literatura”, “paraliteratura” em favor de uma descrição, que ele chama de “literatura de entretenimento” e “literatura de proposta” (brevemente discutida no início do tópico 3). Onde estas categorias seriam regidas, basicamente, por dois critérios: originalidade e esforço.

Eco identifica, que em relação à originalidade, na literatura de entretenimento, que comporta muitos dos chamados best-sellers, a prevalência de uma forma que não apresenta a pretensão de exploração de caminhos demasiadamente originais em favor de uma preocupação com a amplitude de penetração, e da aproximação, conexão em relação ao leitor. Desse modo, é possível identificar usualmente por parte dos escritores a busca por um ponto intermediário entre o inovador e o senso adotado pelas grandes massas, com o objetivo de aproximar-se de um “gosto médio”, não despreendendo-se de transmitir certa personalidade própria na obra.

Esses mecanismos, realmente, diferenciam esta literatura daquela considerada o padrão aceitável pelos críticos, que investe justamente na busca do singular, em uma experiência diferenciada de expressividade e leitura. Onde tem-se na literatura de entretenimento uma tendência à redução do esforço do leitor, por esta conter menos particularidades e utilizar uma linguagem mais cotidiana, precisamente os principais elementos que a divergência daquela classificada com tradicional. Essas contraposições contribuem muito para as críticas acerca dos best-sellers. No entanto, a moderação em relação ao universo vocabular e aos recursos gramaticais é precisamente explorada a fim de não dificultar a leitura, e não significa que nesta modalidade esteja presente certo desleixo ou descaso com o leitor.

A literatura de entretenimento, visa oferecer ao público, uma imersão aos temas, sem a necessidade de vastos conhecimentos prévios, para o leitor embarcar na história, o que, também, contribui para a atratividade das pessoas por tais livros, que por conseguinte, acabam alcançando grandes sucessos comerciais, uma experiência de leitura que aposta na aproximação e conexão da relação texto-leitor. Sendo possível notar a dedicação dos profissionais que a compõem em promover uma experiência de totalidade ao leitor.

Em contrapartida, na literatura de proposta valoriza-se propor um desafio ao leitor, onde em muitas ocasiões, o domínio de conhecimentos anteriores, um vocabulário mais rico e maior acuidade cognitiva, viabilizam a melhor percepção do texto, o que ao ver de Eco compromete tais obras. Isto representa, também, a falta de preocupação com a acessibilidade por parte deste gênero.

Muniz Sodré (1997) ao comparar esses segmentos literários reconhece, também, que haveria dois tipos de literatura, cada uma dotada de singularidades em relação à produção e ao consumo, sendo por ele denominadas de literatura “cultura” e “de massa”. Defendendo que seriam apenas representações de um determinado discurso, o que não significa que uma maneira seja inferior a outra, recusando-se a aceitar discursos que acusam a literatura de entretenimento, de

ser ela uma mera utilização menor e vulgar do discurso literário, e tentando afastar a percepção de que haveria uma “rivalidade” entre estas formas.

Sodré entende que este modelo atende a um público que, anteriormente, não era consumidor de literatura e que necessitava de um produto com características específicas para ele. Semelhante a esta análise, encontra-se a “Teoria do Degrau”, desenvolvida por José Paulo Paes (2000), que prega:

Uma leitura média de entretenimento, estimuladora do gosto e do hábito da leitura, adquire o sentido de degrau de acesso a um patamar mais alto onde o entretenimento não se esgota em si mas traz consigo um alargamento da percepção e um aprofundamento da compreensão das coisas do mundo popular. (2000, p.28)

4. O PRECONCEITO E OS ESTIGMAS ACERCA DOS BEST-SELLERS NACIONAIS

Tratando dessa discussão sobre preconceito literário no cenário brasileiro em relação aos títulos nacionais mais vendidos, notamos que estes, além de contarem com os estigmas gerais dos best-sellers, tratados no tópico anterior (3.1), ainda sofrem com certos pontos específicos que os revolvem. Alguns aspectos relevantes a serem avaliados sobre esse recorte de livros são os gêneros presentes dentre os títulos nacionais mais consumidos, a crescente tendência de obras encomendadas por editoras, para personalidades em destaque na mídia, em especial aquelas que trabalham diretamente produzindo conteúdo audiovisual para internet, e o polêmico complexo de inferioridade brasileiro a respeito de produções nacionais. Portanto, iremos avaliar estes no texto a seguir.

De acordo com Umberto Eco (2000), o preconceito é bastante comum em produções literárias da década de 1990/2000, no que diz respeito ao consumo do gênero, com uma tendência a crescer ainda mais nos anos seguintes junto à tecnologia, e conseqüentemente, ao acesso das pessoas a informação das mais diversas formas.

De fato, se analisarmos, notamos que a predominância de um estilo de narrativa e de certas temáticas entre os mais vendidos costuma ser muito constante, algo que, segundo Eco, faz com que os leitores da chamada literatura de proposta tenham uma imagem de banalidade diante dos assuntos que são abordadas para o público de massa.

No entanto, se investigarmos a partir dos anos 90, os livros mais vendidos no Brasil, trazendo a discussão para um enfoque nacional, observamos uma diversidade de gêneros, como romances e contos (exemplificados por lançamentos de Rubem Fonseca e Paulo Coelho), livros infante-juvenis (como o da influenciadora Thalita Rebouças), biografias (como a da cantora Rita Lee, e do diretor de Televisão, José Bonifácio, popularmente conhecido como “Boni”), entre outros. É possível verificar uma matéria do blog Guia da Semana, publicada em 2020 com a lista dos dez maiores best-sellers nacionais, para exemplificar essa diversidade. Sendo assim, a teoria de Eco, sobre bens culturais padronizados e estereotipados, é de certa forma descredibilizada.

O levantamento das obras mais vendidas de 2020 comprova a questão a respeito da diversidade e da pouca padronização exemplificada nos gostos literários brasileiros entre a lista dos livros mais vendidos. Nas listas (apresentadas a seguir) estão livros dos mais diversos,

distintos modos de feitura e gêneros, desde livros sobre filosofia, autoajuda e até mesmo livros que falam sobre lutas antirracistas históricas.

Embora possa parecer simplesmente listas isoladas, elas indicam como o público brasileiro atualmente tem um gosto diverso. Tais listas de certa forma também fazem coro à teoria de Todorov, de que a objetividade dos best-sellers em seu método escrita, torna a lista dos mais vendidos muito diversa, ao contrário do que muitos defensores da literatura de proposta afirmam.

Entre os best-sellers da lista de livros nacionais mais vendidos de 2020 estão (CAPITANI, 2020):

- *Felicidade: Modos de usar*, por Mário Sérgio Cortella, Leandro Karnal e Luís Felipe Pondé (Filosofia).
- *Essa Gente*, por Chico Buarque (Romance).
- *Escravidão*, por Laurentino Gomes (História).
- *O Poder Da Autorresponsabilidade*, por Paulo Vieira (Autoajuda).
- *Pequeno Manual Antirracista*, por Djamila Ribeiro (Social / História).
- *DNA Da Cocriação*, por Elaine Ourives (Ciência).
- *Seja Foda*, por Caio Carneiro (Autoajuda).
- *Do Mil Ao Milhão*, por Thiago Nigro (Empreendedorismo).
- *Decida Vencer*, por Eduardo Volpato (Espiritualidade).

E entre os best-sellers da lista da PublishNews de 2021 estão (PublishNews, 2021):

- *Mais Esperto que o Diabo*, por Napoleon Hill. Origem: internacional (Autoajuda).
- *O Poder da Autorresponsabilidade*, por Paulo Vieira. Origem: Nacional (Autoajuda).
- *Mindset Milionário*, por José Roberto Marques. Origem: Nacional (Negócios).
- *Torto Arado*, por Itamar Viera Junior. Origem: Nacional (Ficção).
- *Mulheres que correm com os lobos*, por Clarissa Pinkola Estes. Origem: internacional (Não ficção).
- *Do Mil ao Milhão*, por Thiago Nigro. Origem: Nacional (Empreendedorismo).
- *Vermelho, Branco e Sangue Azul*, por Casey McQuiston. Origem: internacional (Infantojuvenil).
- *A Garota do Lago*, por Charlie Donlea. Origem: internacional (Ficção).

- *Mentirosos*, por E. Lockhart. Origem: internacional (Infantojuvenil).
- *Minutos de Sabedoria*, por Carlos Torres Pastorino. Origem: Nacional (Autoajuda).

É possível notar nas listagens acima uma boa diversidade de temáticas e enredos explorados, uma bela representação da diversidade brasileira. Um conjunto de obras que apresentam uma linguagem objetiva e acessível, e apelo popular, que comprovam que é possível a construção de livros de sucesso independente do gênero. Identifica-se nestas a recorrência de títulos de não ficção, sobretudo aqueles que incentivam o autodesenvolvimento do leitor, abrangendo os livros de autoajuda, filosofia, empreendedorismo, negócios e espiritualidade.

A leitura de obras que englobam o autodesenvolvimento em uma narrativa de não ficção é uma tendência que vêm crescendo e tomando força nas últimas décadas no Brasil. Com isso, editoras e autores nacionais passaram a investir cada vez mais neste gênero, especialmente naqueles que tratam de finanças e os classificados como autoajuda, e obtiveram resultados positivos como podemos notar nas listas acima, com títulos produzidos nacionalmente apresentando um número de venda superior à obras internacionais traduzidas de temáticas similares, fenômeno incomum e admirável no mercado nacional.

No entanto, esses textos literários, sobretudo aqueles denominados como autoajuda, são menosprezados pela crítica e até por parte da população, por tratar de autoconhecimento e autodesenvolvimento, e nem sempre terem sido construídos por especialistas. Portanto, a categoria de best-sellers nacionais desse gênero sofre ainda mais dessas críticas. E, como esse gênero de livros representa boa parte dos títulos nacionais best-sellers, reforça o preconceito referente à relevância dos títulos best-sellers em geral.

Sob a perspectiva nacional, podemos analisar, também, outros contornos desta discussão. A literatura de massa não está para tomar o lugar da literatura culta, mas sim vem com o objetivo de preencher uma lacuna deixada por ela. A lacuna é uma grande quantidade de pessoas que consideram a literatura culta hermética e complexa, mas sentem prazer na leitura.

O leitor atual teve e tem contato precoce com os meios audiovisuais, como a televisão, o cinema, e as diversas plataformas disponíveis na internet. A literatura de massa veio acompanhando essa evolução dos meios de comunicação de massa. Com isso, muitos dos títulos com sucesso de vendas, são transformados em filmes ou se tornem seriados de TV, algo muito exemplificados pelas telenovelas brasileiras, como nas adaptações de *Gabriela* de Jorge Amado, e as outras inúmeras obras de Jorge Amado que são transformadas em novelas e filmes.

E ainda por, *Escrava Isaura* de Bernardo Guimarães, *Senhora* de José De Alencar, *Éramos Seis*, de Maria José Dupré, entre diversos outros exemplos.

Podemos citar, também, algumas séries, produzidas pela Rede Globo, como o exemplo de Roberto Drummond, que publicou *Hilda Furacão*. O livro fez sucesso e se tornou seriado, estrelado pela atriz Ana Paula Arósio, e foi um verdadeiro fenômeno no final dos anos 90. E mais recentemente a minissérie *Dois Irmãos*, de 2017, que foi baseada no livro homônimo, de Milton Hatoum.

Da mesma forma que todos os produtos da cultura de massa, a literatura de massa sofre sérias restrições quanto a sua qualidade estética. É justamente no plano estético que está a principal diferença entre essas duas literaturas. Segundo Waldenyr Caldas, “No plano empírico, pode-se até abstrai-los sem qualquer prejuízo, mas quando se trata da discussão teórica da literatura, então, não há como prescindir deles.” (2000, p. 93)

É nesse momento que a literatura culta e a literatura de massa brasileira serão devidamente analisadas e suas diferenças serão constatadas.

O teórico assume a causa da literatura culta para justificar a diferença inevitavelmente encontrada. E o elemento central dessa justificativa não é outro senão estético. A literatura de massa é marginalizada, pois, para avaliá-la, apoderam-se da literatura culta e todo o seu instrumental teórico como parâmetros. Já que a literatura de massa não possui um instrumental teórico tão extenso quanto aquele referente à “alta literatura”, é possível notar que esta temática possui um tipo de discurso próprio, não apresentando o mesmo nível de relevância para os acadêmicos e acervos literários. Falta a noção de best-seller e, principalmente, a sua definição clara e objetiva como objeto de estudos mais profundos e específicos.

O estudo da literatura nacional de massa, antes de ser centrado no objeto da literatura, deve ser visto a partir das suas próprias condições de produção. Devemos nos empenhar em saber quais os fatores de influência na formação do seu discurso, bem como colocar em relevo os principais elementos que compõem sua lógica interna. Sabemos que, em se tratando de uma produção cultural destinada ao consumo em larga escala, há diversas implicações a se ponderar: a primeira diz respeito ao talento e à criatividade do autor e ao mercado para o qual se dirige sua obra. Partindo da necessidade de agradar o público, passando pelas imposições do mercado, até chegar às questões das técnicas de marketing, esta literatura foi se adaptando. Esses fatores externos levaram o escritor a criar um modelo padrão de romance, a “fórmula de sucesso” desse tipo de produção cultural.

A comunicação dessas obras é feita com o objetivo de despertar emoções, sentimentos e sensações, levando seu público a momentos de profundo interesse pela leitura de entretenimento. E, é precisamente usando um arranjo simplista e de fácil interpretação popular com esse intuito, que usando como exemplo, homens reconhecidamente talentosos como Eugène Sue, Alexandre Dumas, Paul Féval, Ponson du Terrail, fizeram de seus escritos a grande sensação popular da Europa no século XIX, no campo das letras.

Da mesma forma, hoje, no Brasil, o grande público prefere muitas vezes nomes como, Thalita Rebouças, Paula Pimenta, Pedro Bandeira, Luis Fernando Verissimo, Isabela Freitas, Cassandra Rios, Paulo Coelho, Marcia Fagundes Varela, a Guimarães Rosa ou Machado de Assis. Essa literatura é sistematicamente excluída dos currículos escolares, por ser considerada um trabalho de qualidade inferior e por fazer parte dos best-sellers, algo notado por diversos estudiosos, como Sandra Reimão e Muniz Sodré. Assim, tem-se subestimado a importância da literatura nacional de massa tanto no plano educativo, quanto no social como um todo.

É notável que diversos dos escritores desse gênero produzem sob encomenda, mas, nem por isso, o conteúdo dessas obras deixará de ser um canal de instrução para a maioria dos leitores. Podemos citar como exemplo disso as obras de Adelaide Carraro, já que quem as lê adotam-na como grande conselheira e orientadora dos assuntos sexuais. Ela ainda elevou a temática a outra dimensão, mesmo tendo boa parte de suas obras encomendadas pelas editoras Livraria Exposição do Livro, L'Oren, Global, Gama e Farma Livros.

Mais recentemente, temos as obras de influenciadores digitais, que são frequentemente convidados pelas editoras a escreverem, por conta de suas bases fãs fiéis, que auxiliam na quantidade de vendas dos livros. Estes livros costumam alcançar sucesso em seu lançamento devido à publicidade orgânica que recebem ao serem produzidos por pessoas famosas, que trabalham com a internet, e de certa forma dominam o campo de marketing digital. Um exemplo desse fenômeno, é o livro sobre empreendedorismo do Thiago Nigro, youtuber e influenciador digital conhecido na internet como “Primo Rico”, seu livro *Do Mil ao Milhão*, aparece na lista de livros mais vendidos de 2020 e 2021, nas listas apresentadas acima.

Esta categoria de livros se popularizou no início da década de 2010 e desde então permanecem representando uma parcela significativa de produtos editoriais vendidos no Brasil. A maioria dos livros ganham um toque “moderno”, por serem baseados na linguagem da internet, uma tentativa de levar a identidade das redes sociais para os livros e aproximar-se do leitor. Ela é uma excelente representação dos best-sellers, pois apresenta uma enorme variedade de gêneros, como autobiografia, ficção, autoajuda e mais. Como, *Depois dos Quinze*, de Bruna

Vieira (Ficção), *Eu Fico Loko*, de Christian Figueiredo (Autobiografia), *Não se Apega Não*, de Isabel Freitas, *Me Poupe!*, de Nathalia Arcuri (Finanças), e muitos outros. Vale ressaltar também que alguns desses livros apresentam resultados tão bons, que os influenciadores são convidados a escreverem ou participarem de sequências de seu primeiro livro ou até de mesmo outras empreitadas nesse universo. Podemos ver Isabel Freitas e Bruna Vieira como exemplos.

Essas obras encomendadas a personalidades digitais nacionais de grande sucesso de vendas são altamente atacadas pela crítica, que questiona a sua qualidade literária, sua originalidade e o valor que estas podem agregar à sociedade, estigmas frequentemente atrelados aos best-sellers. No entanto, ao relacionar essas obras somente a esses aspectos, a crítica ignora que esses títulos são atrativos a um público que não está acostumado a ler livros, que está muito presente na internet, e que não apreciam livros como principal meio de entretenimento, e auxilia a aproximar essa massa à leitura. É realmente importante que, num primeiro momento, eles ajudem a aumentar o número de leitores nacionais, levando milhares de pessoas às bienais de livro, incentivando a compra de livros, conseguindo levar pessoas para dentro do universo editorial.

4.1 Complexo de inferioridade do público brasileiro e a dualidade entre o estrangeiro e o nacional

Em adição à perspectiva nacional de análise sobre o tema, é importante salientar um outro ponto sobre a temática dos best-sellers e da leitura da literatura de massa na grande mídia nacional. Neste caso, a dualidade entre o estrangeiro e o nacional, que é muito presente nos trabalhos e nas vendas realizadas nacionalmente e documentadas nas listagens de vendas por aqui, tornando-se, sem dúvida, um ponto importante para tal análise.

Para se ter um grande exemplo, parafraseando o "complexo de vira-lata", célebre expressão de Nelson Rodrigues, o mercado internacional ganha projeção ainda maior que os lançamentos nacionais em solos brasileiros. O costume brasileiro de desmerecer as produções desenvolvidas nacionalmente, principalmente aquelas desenvolvidas por compatriotas. Sendo elas pesquisas científicas, filmes, novelas, séries, montagens teatrais, e obras literárias, onde este acredita que os autores nacionais têm menos valor que os estrangeiros. Aspecto que contribui bastante para que as obras nacionais, sobretudo aquelas que apresentam sucesso comercial de destaque sejam consideradas uma “literatura ruim” até mesmo por quem nunca sequer abriu uma dessas peças. Tal projeção, se analisada a médio prazo, pode sim dizer sobre a quem o público leitor nacional acaba priorizando. E não precisamos nem ir tão longe para perceber como os dados acabam entrando em convergência com a leitura que Nelson fazia da realidade brasileira.

Segundo dados do site Os Melhores Livros, retirados diretamente de downloads do Kindle (principalmente aqueles provenientes do aplicativo deste dispositivo e da própria plataforma para leituras atualmente), entre os 11 títulos mais vendidos do país, sete são de autores estrangeiros, com apenas quatro nacionais, isto representa uma dominância de quase 70% nos títulos consumidos. Entre alguns dos títulos, vemos nomes bastante conhecidos como:

- *Mulheres Que Correm Com Os Lobos*, de Clarisse Pinkola Estés;
- *Vermelho Branco e Sangue Azul*, de Casey McQuinston;
- *A Garota do Lago*, de Charlie Donlea;
- *Mentirosos*, de E. Lockhart;
- *Os Sete Maridos de Evelyn Hugo*, de Taylor Jenkins Reid.

Ao todo, se não representa necessariamente um complexo de inferioridade, pode representar uma adesão maior a obras vindas do exterior, isto contando obras de gigante apelo popular como os livros sobre o universo de, “Percy Jackson”, “Jogos Vorazes”, “Crepúsculo”

ou “Harry Potter”, de grande apelo infantojuvenil, algo que também mostra muito do consumo internacional em grande escala por leitores brasileiros. Ou mesmo, romances de autores estrangeiros reconhecidos, como Nicholas Sparks, Agatha Christie, e Collen Hoover, e biografias de personalidades internacionais, em sua maioria celebridades americanas, e figuras políticas de apelo global.

Enquanto a literatura de proposta tem, a priori, agentes de legitimação como a crítica e o âmbito acadêmico, a literatura de entretenimento tem no mercado o principal agente valorativo desta produção. Assim, estar entre “os mais vendidos” significa não apenas um resultado, mas uma agregação de valor e consolidação da qualidade de uma obra para a massa, legitimada pela própria massa através do consumo. Com a produção cultural de larga escala, a necessidade principal é agradar ao público com o fim de alimentar a indústria.

Nesta busca, verifica-se a exploração da adequação temática a determinado contexto sócio-histórico e de como isto pode impactar no consumo internacional, como, por exemplo, o “surgimento” no mercado de autores do Oriente Médio após a Guerra do Iraque nas livrarias ocidentais, tais como Khaled Hosseini, Marjane Satrapi e outros. A produção em massa de literatura não pode, por conseguinte, ser dissociada da lógica da indústria cultural e da capacidade desta de multiplicação das variantes narrativas, por exemplo, a narrativa da série Harry Potter migrando para o cinema, jogos eletrônicos, exposições, produtos licenciados, parques temáticos e outros.

O resultado das vendas funciona como força propulsora para tais migrações. Partindo de um caso diferente, mas com um organograma estratégico similar, no caso do filme Harry Potter, Chris Crowe (2001) observa como as elevadas vendas estenderam as fronteiras da obra para além do público infantojuvenil, que em tese definiria seu consumidor primário. A migração da narrativa para o cinema, por sua vez, alargou ainda mais o público, passando a influir na própria narrativa impressa.

Este exemplo mostra como a relação também de investimento e adaptação pode influir e influenciar de certa forma a internacionalização de um produto literário, seja em características dos personagens ou métodos de estratégia para adaptações literárias para a televisão, e o cinema. Todos estes aspectos, portanto, acabam colaborando para uma internacionalização de um produto literário, especialmente no ramo infantojuvenil. Pois nesta categoria, principalmente, muitos filmes e séries acabam vindo de adaptações literárias, como um outro exemplo clássico, a saga “Crepúsculo” (2008), que consequentemente gerou filmes blockbusters (filmes com sucesso de público em salas de cinema), assim como livros best-

sellers, sendo que esta representara só uma destas estratégias de “macetes” de internacionalização de livros, filmes e romances como um todo, algo que historicamente tem dado muito certo para todas as áreas envolvidas.

A série “Harry Potter” é um também um ótimo exemplo do modo como se estabelece a relação valorativa na literatura de entretenimento. Pois, ao mesmo tempo evoca para si as duas referências levantadas por Eco sobre os livros de sucesso, como quando ele afirma: “Um livro obtém sucesso somente em dois casos: se dá ao público o que ele espera ou se cria um público que decide esperar o que o livro lhe dá.” (ECO, 1989, p. 104).

De certa forma, tal teoria nos ajuda a perceber como mesmos nas releituras tendo abordagem e muitas vezes novos rumos de uma mesma história, o sentimento do consumidor permanece muito similar ao que ele já espera do livro, sendo de certa forma produtos distintos, mas que no fim, acabarão produzindo sensações e principalmente, aspirações e, expectativas similares a quem os consome.

Ao mesmo tempo em que trabalha com a releitura de estruturas tradicionais, já consolidadas no imaginário popular, dando ao público “o que ele espera”, cria por meio do resgate da matriz folhetinesca e dos ganchos entre os volumes “um público que decide esperar o que o livro lhe dá”. Sendo importante destacar, neste caso, que ambos os elementos se retro-alimentam, já que o que o livro tem a dar a este público que espera é exatamente o que ele já quer, além das demandas de cunho mercadológico para a divulgação da tal franquia / produto. Vale aqui salientar, nas palavras de Eliana Paz:

Se o best-seller é resultado do processo de industrialização e efeito da ação capitalista sobre a cultura, é preciso levar em conta também que esse tipo de narrativa tende a constituir-se em “campeão de vendas” porque se configura uma poderosa estimuladora de leitura, isto é, tem o poder de mobilizar o olhar e estimular a imaginação do leitor-consumidor. O fascínio duradouro desta literatura indica que não se pode analisá-la com uma visão simplista e redutora, limitando-a ao campo de efeito de estratégias mercadológicas ou como subproduto da literatura culta. (2004, p.2)

Devido ao seu grande poder de penetração em diversas camadas da sociedade essa categoria de livros possui uma inestimável importância sociológica que precisa ser pensada. E mesmo que sua qualidade estética, segundo os especialistas, não seja elevada o suficiente a ponto de se tornar objeto de discussão científica, em contrapartida, é inegável a aceitação destes conteúdos por parte do grande público que, não apenas consome em grande escala, como tem profunda admiração por seus criadores.

Dessa maneira, os conceitos de "literatura boa" e "literatura ruim", neste recorte, servem apenas para criar mais preconceitos, potencializando o estigma relacionado com best-sellers, sobretudo aqueles idealizados por escritores brasileiros. Contribui, ainda, para a desvalorização de profissionais do livro brasileiros, tais como editores, designers, agentes literários e outros profissionais que lidam com o processo de desenvolvimento e veiculação de obras nacionais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A literatura de massa surgiu em uma época de grandes transformações econômicas e sociais, sendo fruto do processo de industrialização mercantil e efeito da ação capitalista sobre a cultura, levando entretenimento a uma camada da população até então excluída (a classe trabalhadora), que antes disso não possuía acesso à cultura letrada. Foi através do sucesso entre as camadas mais populares da sociedade que a literatura de massa pôde evoluir dos folhetins, marcados pelas exigências industriais e comerciais da imprensa, para formatos mais elaborados, como livros, até a fase atual das grandes editoras especializadas, que conseguem inclusive prever, em alguns casos, quais títulos serão best-sellers.

Este processo de transformação, aliás, não se esgotou, e esse produto continua a se adaptar aos hábitos de consumo de uma sociedade em constante mutação, transformando-se sem perder suas características. O que o destacou em uma sociedade marcada pela imbricação dos meios de comunicação de massa e as manifestações culturais. Estas constantes metamorfoses auxiliaram, ainda, para que estes permanecessem em evidência ao longo de todos esses anos, desde seus primórdios.

Atualmente, um dos aspectos mais analisados acerca da literatura de massa é o que ela pode estar provocando aos seus leitores. Se aquele conteúdo literário, realmente, acrescenta algo positivo à sua vivência, além da satisfação momentânea ao realizar uma atividade de lazer. Ou se, ao contrário, aquela experiência de leitura é, apenas, um mecanismo de fuga, ou seja, uma simples tentativa de escapar da dura realidade cotidiana, utilizando para isso alguns recursos como a representatividade e reconhecimento de alguns elementos e emoções que o povo possa identificar em sua rotina e a consolação gerada pelo final feliz, muito comum nestas obras. Esse recorte da literatura é considerado como um instrumento de dominação, muito eficaz, uma vez que homogeneiza os gostos, inibindo o questionamento e a criatividade, além de transmitir o discurso da classe dominante, induzindo o leitor a nele acreditar.

Diante disso, é viável entender que essa fuga pode provocar a alienação do sujeito, tornando o leitor um cidadão passivo e não-questionador, pois ela não incitaria o leitor a observar e questionar os problemas que o circundam, trazendo a acomodação. Entretanto, essa é uma longa discussão, que até a presente data não apresenta um resultado concreto. Em outros termos, isto significa, que os autores e os leitores de best-sellers sofrem inúmeras críticas de acadêmicos e grupos que dominam parte da chamada cultura “erudita”. Em geral, as críticas feitas à literatura de massa é de que ela se inclui nos produtos da cultura de massa, recebendo,

portanto, as mesmas críticas a eles direcionadas, no que se refere aos efeitos sobre os consumidores.

Em contrapartida, pode-se reconhecer que essa literatura, mesmo não possuindo os padrões desejáveis para ser considerada arte, na concepção da maior parte dos críticos, através da ótica de cada leitor, pode acrescentar algo à sua vivência. Afinal, qualquer leitura tem um potencial de acrescentar e informar, mesmo que não fazendo o tal a respeito de um conteúdo legitimado por instituições acadêmicas.

No entanto, é possível avaliar os meios de comunicação de massa positivamente, pois esses possuem a capacidade de veicular conteúdos pelas classes mais baixas com mais facilidade, podendo ser considerados até como instrumentos da democracia. Em se tratando de produtos mais acessíveis, podem promover além de lazer e descontração, cultura, e, até informação, para grande parte da população.

É importante destacar, inclusive, que a percepção do leitor é totalmente diferente da do crítico, pois ambos vivem de maneira diferente, integram círculos sociais distintos, possuem diferentes níveis de educação formal, e percebem de modo diverso o discurso do que é novo e do que é repetido, do que é simples e do que é mais complexo. Aliás, um texto bem simples pode ser questionador, enquanto um texto elaborado, teórico, pode não lhe dizer nada. Sendo assim, nenhum texto pode ser taxado como alienante, por conta do gênero que ele integra.

A contínua e constante fascinação por essa literatura indica que não é apropriado limitá-la como um subproduto da literatura culta ou, exclusivamente, como uma estratégia mercadológica. E que, aliás, seria fundamental, necessário, expandir os estudos sobre o gênero, não reduzindo-o a uma visão simplista e redutora.

Precisa-se reconhecer que, apesar das fórmulas estereotipadas utilizadas na produção dessas narrativas, a literatura de massa é capaz de despertar fenômenos únicos na sociedade. Esse tipo de narrativa é uma poderosa estimuladora de leitura, principalmente para um público com menos instrução formal e para a população mais jovem, contribuindo assim para formação de leitores, sobretudo no cenário nacional, marcado por poucos incentivos ao consumo de literatura.

O mercado editorial investe cada vez mais nos best-sellers, com a intenção de agradar a maior parcela possível do público leitor do século XXI, e conseqüentemente obter uma renda maior sobre um produto editorial, ao alcançar as massas, e veicular mais exemplares de um livro pelo setor, independente da originalidade do enredo tratado pelo autor em sua obra. Afinal, existem interesses de lucro. No entanto, essa tendência de mercado ocorre enquanto alguns

apreciadores da literatura acreditam que a qualidade de certas obras perde-se em meio a tanta repetição de conteúdo, banalidade e clichês.

Apesar disso, é essencial reconhecer que esses livros, tão criticados e excluídos dos círculos “intelectuais”, costumam tornar a leitura mais acessível para as massas, devido a linguagem simples e os enredos de fácil compreensão, familiares a grande parcela da população contemporânea. Sua grande penetração em todas as camadas populacionais de diversos países, sobretudo, do Brasil, aproxima os modos de entretenimento, emoção e conexão do povo com a leitura. Fazendo com que grande parte dos leitores desenvolvam o prazer pela leitura por meio de um best-seller da sua época.

O alto número de vendas, os excessivos comentários acerca do enredo na mídia e em círculos sociais, e as diversas adaptações das obras para outras plataformas de entretenimento, despertam o interesse pelo livro e conseqüentemente abrem o caminho para outros. Isso sem contar aqueles que fazem referências a clássicos literários e, mesmo sem intenção, incentivam a leitura dos mesmos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARANHA, Gláucio e BATISTA, Fernanda. **Literatura de massa e mercado**. Revista do programa de pós-graduação em comunicação. N. 20. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2009.

AVERBUCK, Ligia (Org). **Literatura em tempo de cultura de massa**. São Paulo, Nobel, 1984.

BAUSSIÉ, Sylvie. **Pequena história da escrita**. São Paulo: Edições SM, 2005. 80 p.

BELO, André. **História & livro e leitura**. São Paulo: Autêntica, 2013. 120 p.

BORGES, Vavy Pacheco. **O que é história?** Brasília: Brasiliense, 1981. 60 p.

BOSI, Alfredo. **Literatura e resistência**. São Paulo: Cia das Letras, 2002.

Britannica, The Editors of Encyclopaedia. **Best seller**. Encyclopedia Britannica. 13 Outubro de 2011. <https://www.britannica.com/topic/best-seller>. Acesso em 18 de Outubro de 2021.

CALDAS, W. **Literatura da cultura de massa**. São Paulo, Musa Editora, 2000.

CAPITANI, L. **Livros nacionais mais vendidos de 2020**. Guia da semana, 12 de Dezembro de 2021. <https://www.guiadasemana.com.br/literatura/galeria/livros-nacionais-mais-vendidos-de-2020>. Acesso em 21 de maio de 2022.

CLAIR, Kate; BUSIC-SNYDER, Cynthia. **Manual de tipografia - a história: a técnica e a arte**. 2. ed. São Paulo: Bookman, 2008. 400 p.

CROWE, Chris. *Young Adult Literature: The Problem with YA Literature*. The English Journal, Vol. 90, No. 3, The Lure of Young Adult Literature (Jan., 2001), p. 146-150.

DUCROT, O e Todorov, T. **Dicionário das ciências da linguagem, tradicional**. (Lisboa, Dom Quixote, 1976), 3ª edição, p. 189.

ECO, Umberto. **Sobre os espelhos e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. Série Debates 19. São Paulo: Perspectiva, 2000.

ECO, Umberto (org.). **História da beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil: sua história**. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2012.

LAJOLO, Marisa. e ZILBERMAN, Regina. **O preço da leitura: leis e números por detrás das letras**. Série Temas, V. 76. São Paulo: Ática, 2001.

LYONS, M. & LEAHY, C. **A palavra impressa: história da leitura no século XIX**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 1999.

MEYER, M. **Folhetim: uma história**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

MOTT, Frank Luther. *Golden Multitudes: The Story of Best-Sellers in the United States*. New York, Macmillan, 1947.

OLSEN, S. **A estrutura do entendimento literário**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

OS MELHORES LIVROS. **Quais Foram os Top 11 Livros Mais Vendidos em 2021?**. Disponível em: <https://osmelhoreslivros.com.br/livros-mais-vendidos/#5-mulheres-que-com-os-lobos-clarissa-ests>. Acesso em 6 de Maio de 2022.

PAES, José Paulo. **Por uma literatura brasileira de entretenimento**. A Aventura Literária: Ensaios sobre Ficção e Ficções. São Paulo, Companhia das Letras.

PAIVA, Vanilda. A. **Revolução educacional e contradições da massificação do ensino**. In: Contemporaneidade e educação, Ano III, 1º. Semestre, 1998.

PAZ, Eliana. **Massa de qualidade**. In: I Seminário Brasileiro sobre o Livro e História Editorial, 2004, Casa de Rui Barbosa. Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa. Disponível em: www.livroehistoriaeditorial.pro.br/pdf/elianehpaz.pdf, Acesso em 05/05/2022.

PIRES. Literatura e comunicação de massa no Brasil. Dissertação de mestrado em literatura brasileira. UERJ. nov, 2002.

PROPP, Vladimir. **Morfologia do conto maravilhoso**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984.

PUBLISHNEWS. **Lista de mais vendidos geral de 2021**. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/ranking/anual/0/2021/0/0> . Acesso em 3 de Julho de 2022.

PUBLISHNEWS. **Lista de mais vendidos geral de julho de 2022**. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/ranking/mensal/0/2022/7/0/0> . Acesso em 6 de Agosto de 2022.

REIMÃO, Sandra. **Mercado editorial brasileiro [recurso eletrônico]**. Sandra Reimão - São Paulo: ECA-USP, 2018. 61 p.

RODRIGUES, Nelson. **À sombra das chuteiras imortais**. São Paulo: Cia. das Letras, 1993. p.51- 52: **Complexo de vira-latas**.

SEIMOHA, Karine. iG São Paulo. **Porque temos tanto preconceito contra Paulo Coelho?** iG Gente. 30 de Julho de 2017 <https://gente.ig.com.br/cultura/2017-07-30/paulo-coelho-preconceito.html>. Acesso em 19 de outubro de 2021.

SODRÉ, Muniz. **Best-seller: a literatura de mercado**. São Paulo: Ática, 1985.

TODOROV, T. **Tipologia do romance policial**. Poética da Prosa. Tradução: Claudia Berliner. São Paulo: Martins Fontes, 2003.