



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Escola de Comunicação

A literatura no mercado editorial

um estudo da visão comercial sobre a literatura

Renata Mendonça Machado

Rio de Janeiro
2008

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Centro de Filosofia e Ciências Humanas

Escola de Comunicação

A literatura no mercado editorial

um estudo da visão comercial sobre a literatura

Renata Mendonça Machado

Rio de Janeiro

2008

Trabalho apresentado ao curso de
graduação da Escola de Comunicação –
UFRJ, habilitação: produção Editorial,
como requisito parcial para a obtenção
do Bacharelado em Comunicação Social.

Orientadora: Professora Doutora Maura
Ribeiro Sardinha.

Rio de Janeiro

2008

Trabalho de fim de curso apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da UFRJ, como requisito para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Produção Editorial.

Aprovado pelas professoras:

Dra. Maura Ribeiro Sardinha (Orientadora)

Dra. Maria Helena Junqueira

Dra. Priscila Kuperman

Nota: _____

Data: ___/___/___

Rio de Janeiro

2008

Agradeço sinceramente a:

Minha família e amigos, pelo
apoio e carinho;

Maura, a quem admiro;

Matías, *mi felicidad*.

Machado, Renata Mendonça

A literatura no mercado editorial: um estudo da visão comercial sobre a literatura.

Orientadora: Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro, ECO/UFRJ, 2008.

57 f.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

1. Literatura 2. Mercado editorial 3. Modernidade e pós-modernidade 4. Sociedade de consumo. I. Sardinha, Maura Ribeiro. II. ECO/UFRJ. III. Título.

MACHADO, Renata Mendonça. **A literatura no mercado editorial:** um estudo da visão comercial sobre a literatura. Orientadora: Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2008. (Monografia – Graduação em Comunicação Social, habilitação em Produção editorial – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro).
57 f.

Resumo

Estudo sobre aspectos da sociedade contemporânea e do mundo literário, do ponto de vista da relação que se estabelece entre os interesses comerciais (de mercado) e a literatura. Breve análise sobre as características das sociedades moderna e pós-moderna, a fim de se chegar às bases da sociedade atual e, então, compreender o tratamento por ela dado à literatura. Apreciação sobre a qualidade e os conteúdos das publicações atuais.

MACHADO, Renata Mendonça. **Literature in editorial market:** a study on the commercial view upon literature. Advisor: Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2008. (Final Paper – Graduation in Social Communication, qualification in Publishing – School of Communication, Federal University of Rio de Janeiro).

57 f.

Abstract

Study on aspects of contemporaneous society and literary sphere, from the view point of relationship between commercials interests (market) and literature. Brief analysis of characters of modern and postmodern societies, so that we can reach the bases of actual society and, from there, to understand the treatment given to literature by it. Analysis on quality and contents of presents publications.

SUMÁRIO

Introdução ▪ 9

Capítulo 1 – Sociedade: modernidade e pós-modernidade ▪ 13

1.1 – Modernidade ▪ 14

1.2 – Pós-modernidade ▪ 17

Capítulo 2 – As visões sobre o livro na contemporaneidade ▪ 23

2.1 – O editor de livros ▪ 26

2.2 – Indústria Cultural ▪ 33

2.3 – Sobre a relação entre o mercado e a arte literária ▪ 37

2.4 – Literatura ▪ 43

Capítulo 3 – O *best-seller* ▪ 47

Considerações finais ▪ 52

Referências ▪ 53

Anexo – Entrevistas ▪ 55

Introdução

Inúmeros autores, além de toda uma variada e vasta literatura ocidental, têm sido disseminados, vendidos e divulgados a milhões de leitores, cujos apetites variam, desejando desde o mais simples romance de folhetim ao mais rebuscado poema ou à prosa inglesa mais erudita. Todos esses leitores desenvolvem uma primeira impressão do livro que têm em mãos. Será o livro tido como uma obra de arte? Será ele tomado por um entretenimento? Ou seria, ainda, mais uma mercadoria que se adquire? Todas essas percepções são trabalhadas pelas muitas livrarias e editoras que compõem o mercado editorial do Brasil e de todo o mundo.

Partindo do ponto de vista da crítica literária, quando se tem em mente a literatura e os livros, ou quando nos deparamos com o início da leitura de determinada obra, a primeira imagem que se tem é a de uma obra de arte escrita, de fato. Uma obra literária, sendo então arte, é passível de ser analisada como tal. Toda a literatura é, assim, analisada e julgada segundo padrões de qualidade mais ou menos legítimos, os quais podem gerar discussões vãs ou conhecimento real sobre o texto literário.

Sabemos que toda literatura publicada foi, em um primeiro momento, analisada e julgada pelas casas editoriais, de modo que alguma justificativa foi encontrada pelos editores para que tais e tais obras sejam levadas ao público. Mas de que modo se dá essa análise que decide a sorte dos escritores e influi no gosto do leitor? Os editores percebem suas publicações como arte e as tratam como tal? A obra literária, enquanto obra de arte, pode sofrer um tratamento diferente daqueles destinados aos trabalhos de outras artes, como a pintura ou a escultura? É evidente que, sendo de natureza distinta – expressa-se pela escrita – terá suas peculiaridades respeitadas e irá diferir de outros meios artísticos de expressão. Conforme descreveu o autor Walter Benjamin, já no início do século XX, a obra de arte ganhou uma nova perspectiva com a intensificação de sua reprodutibilidade técnica. As artes da pintura e da gravura, por seu lado, possuem a característica de conservarem seu valor artístico, a sua “aura”, quando se conserva também o número de reproduções que delas se fazem, isto é, a obra tanto mais será valorizada quanto menos cópias existirem dela. O inverso ocorre com a arte literária. Em relação ao livro, a facilidade de sua

reprodução técnica e a idéia de que sua mensagem deve ser continuamente propagada facilitam a sua crescente reprodução e comercialização, e isso gera, ao contrário do que ocorre na pintura, um acréscimo de valor à obra literária. Assim, uma das formas de se reconhecer o valor de um livro é observar o crescimento de suas reproduções ao longo das décadas. Esse aspecto é fundamental no estudo do livro porque a grande reprodução técnica e a legitimidade que lhe é atribuída (já que a reprodução agrega valor), constituem uma ferramenta que possibilita o fato de a literatura ser, mais que qualquer outra arte, facilmente apropriada pelo interesse comercial.

Neste trabalho, temos então como **objetos de estudo** a literatura e o mercado editorial. Para estudá-los, analisaremos, primeiramente, algumas características fundamentais da modernidade e da pós-modernidade para, com base nelas, entender a visão que predomina nesses períodos e que influenciará, inclusive, a visão sobre o livro. Em seguida, voltaremos o foco à publicação do livro de literatura, ao editor de textos literários e à literatura em si. Queremos investigar como ocorre a transformação da obra literária num produto, por que meios podemos qualificar um livro de “bom” ou “ruim”; pretende-se pesquisar, a relação existente entre obra literária x mercado, observando o modo pelo qual o texto literário torna-se um produto e perde sua identidade artística na medida em que é qualificado apenas de acordo com tabelas de vendagem.

Por ser um trabalho no estilo de um ensaio, por assim dizer, o método que priorizei para a composição do texto foi a análise de textos acadêmicos, isto é, a revisão bibliográfica. Ao final, como anexo, teremos duas entrevistas com editores de livros de literatura, a título de ilustrar o pensamento do editor atual sobre o tema.

As motivações para a feitura deste trabalho têm origem em algumas percepções pessoais minhas. Ao longo da graduação, adquiri o gosto pela literatura e pelos textos que tratam dela. Intuitivamente, ou talvez pela formação de vida, sempre optei pelos livros antigos e os clássicos. Autores do século XIX, como Tolstoi, E. Zola, Machado de Assis; alguns bem mais antigos, como Shakespeare, compõem a minha lista de preferências. Os mais recentes dela viveram no início do século XX e eu os considero atualíssimos, ao contrário da opinião pública: Virginia Woolf, Bertolt Brecht, Albert Camus, Graciliano

Ramos. Não sei exatamente por que, a literatura atual sempre me pareceu sem grandes atrativos, uniforme, e até mesmo tediosa. Acredito que isso não condiz forçosamente com a realidade: existem, suponho, publicações interessantes de autores novos que circulam por aí e que são pouco notados ou reconhecidos. Infelizmente, por mim sempre passaram despercebidos. Acredito que essa minha tendência ao antigo se deve, entre outros, pela observação constante de como funciona o mercado editorial hoje. Por gosto e pelo curso de graduação, aprendi a observar como as editoras publicam e o que estão publicando. Tenho notado que as empresas, em nome de uma concorrência que realmente existe, estão sempre muito preocupadas com prazos, vendas, marketing, estratégias. É evidente que necessitam pensar assim, pois falamos de empresas e de um ambiente mercantil. Contudo, me pergunto se, em se tratando de produzir livros, se poderia pensar puramente em termos empresariais ou quantitativos. É evidente também que pensam em qualidade. No entanto, esse conceito é muito amplo. Tenho observado que as definições sobre o que é qualidade literária são muito vagas ou convenientes, simplesmente. A relevância do texto literário, do que é dito, da forma rica ou inovadora que o autor utiliza, essa relevância parece ser cada vez mais esquecida à medida que o tempo torna-se mais atual e as empresas editoriais mais empresárias. Em virtude dessa obliteração, a literatura dos dias atuais tem sido, para mim, apenas a triste repetição de fórmulas textuais vendáveis, à margem da qual um ou outro autor, forte o bastante, procura erguer-se por sobre esse mar de lugares-comuns, expressando, ainda que com dificuldade, a sua linguagem própria e algo realmente interessante ou novo que tenha a dizer.

A partir dessas observações, cresceu a vontade de escrever sobre as publicações atuais e as decisões tomadas nas editoras. Mas, ao lado disso, tive necessidade de escrever um pouco também sobre a literatura em si e o que ela representa. Para falar sobre a qualidade do texto de literatura é preciso pensar a literatura e entender por que ela é importante. Para esses estudos mais teóricos do que nos leva à conceituação sobre o que é bom ou ruim, ou sobre em que consiste a essência da obra literária, mantive a atenção nos trabalhos de autores da esfera acadêmica que analisam esse tema. Autores como Pierre Bourdieu, Juan Goytisolo e Muniz Sodré formaram a linha de estudo que sigo neste

trabalho. Eles abordam a questão da literatura como uma questão relevante para estudar a compreensão que o homem tem de si e de sua época.

Sendo assim, dividi o trabalho em de três capítulos, que se desdobram em itens, de acordo com o desenvolvimento do tema. No primeiro capítulo, faremos uma breve contextualização da literatura na sociedade moderna e pós-moderna. O que se quer entender é como as características da modernidade e da pós-modernidade puderam influenciar a visão que se tem sobre literatura – tanto dos leitores quanto das editoras – e colaboram para manter o axioma de que “o que foi atual ontem não o é hoje, e o que é atual hoje, não o será amanhã”. Este primeiro capítulo, por ser apenas uma introdução que quer trazer à luz o contexto histórico, é consideravelmente menor que o segundo capítulo, o principal do trabalho. Assim, no segundo capítulo, analisaremos as influências sobre as publicações que advêm do meio literário, no sentido de investigar a que determinações de ordens econômica e social estão submetidos o autor e, principalmente, a editora. Este capítulo também pretende expor algumas considerações sobre o ofício do editor, aspectos que marcam o tratamento dado à obra literária pelo mercado e em que se baseia seu julgamento sobre qualidade. No terceiro capítulo, desenvolvemos algumas características do livro *best-seller* – tendo em vista que este gênero representa uma consequência da visão comercial sobre a literatura – e, ainda, por que tais publicações são tidas como “ruins” por grande parte da crítica literária.

CAPÍTULO 1 – Sociedade: modernidade e pós-modernidade

Para se estudar qualquer processo mais específico é preciso entendê-lo como consequência de um contexto maior, que é ao mesmo tempo cultural, social e econômico. Como sabemos, todos os fenômenos que o homem observa e estuda — sejam as leis da natureza, que chamamos leis da física, ou as manifestações sociais, do campo das ciências humanas — são sempre componentes de uma cadeia de causa e efeito, cabendo ao homem verificar cientificamente (ou seja, verificar, por meio de critérios estabelecidos, o caráter verdadeiro ou a validade daquilo que estuda) se eles são, em primeiro lugar, causa ou efeito — pois o princípio da compreensão está em diferenciar esses dois atributos, não se tomando a causa pelo efeito ou vice-versa —, e posteriormente, quais são os seus sentidos e qualidades. Contudo, apesar desta premissa, sabe-se atualmente, graças ao trabalho de pensadores como Edgar Morin, que todos os processos estão imersos numa cadeia de grande *complexidade*, sem que se possa conceber apenas uma única causa para a produção de determinado efeito, ou ainda que se posa avaliar os constituintes dessa cadeia separadamente, de modo que todas os elementos envolvidos em um conjunto que se estuda são importantes para o seu entendimento. Assim, nos diversos campos do saber, consideram-se cuidadosamente os fenômenos implicados no processo do fenômeno principal, a ser estudado, sabendo-se que sem o conjunto de todas as peças não se poderia atingir a compreensão perseguida.

A literatura, por exemplo, é um fenômeno social, do campo das ciências humanas, que está submetida a diversos estudos, quais sejam: sobre a sua natureza enquanto expressão simbólica, isto é, que se utiliza de signos, que são a linguagem, para transmitir idéias¹; enquanto instrumento de análises psicológica e social²; enquanto atividade que contrapõe ficção e realidade; e assim por diante. Todos esses estudos não poderiam focalizar as obras literárias como coisas isoladas, criadas unicamente em função de um grande gênio que casualmente resolveu escrever, tampouco considerá-las como coisas cujo conteúdo não representa ou introjeta nada da realidade do mundo ou, por outro lado, não

¹ Sobre esse tema podemos recorrer às reflexões de Tzvetan Todorov, em seu artigo “Linguagem e Literatura”. In: *A controvérsia estruturalista*, 1972.

² Nesse aspecto, ver Pierre Bourdieu, *As regras da arte*, 1996.

poderia afetar esse mundo com suas observações. Tomada como uma análise e um produto do mundo, a literatura é sempre uma manifestação sobre coisas diferentes e exteriores a ela mesma.

Nesse ponto, é importante marcar a posição deste trabalho, que está mais direcionado no sentido sobre a reflexão da obra literária como um instrumento de análise psicológica e social. Para que exerça plenamente essa função, a literatura não pode ser vista primordialmente como um produto ou mercadoria, uma vez que uma mercadoria não poderia ter, e de fato não tem, a liberdade e a capacidade de lançar um olhar independente e crítico sobre algum aspecto da sociedade atual.

Analisaremos, então, neste capítulo, as sociedades moderna e contemporânea, também nomeada *pós-moderna*, e suas características; ao longo do texto aprofundaremos o estudo em seus aspectos mais determinantes, que dizem respeito ao consumo, à questão da efemeridade, e também ao comportamento do homem face a uma mudança em seus padrões de vida – mudança que impõe ao homem contemporâneo uma certa subordinação às relações mercantis em que se baseia o seu mundo. Enfocaremos a questão do consumo, pois temos o objetivo de analisar, mais à frente, o fato de a literatura ser desenvolvida como um produto a ser distribuído e vendido, tal como o destino das mercadorias existentes, que se popularizam ao longo dessa época e são acessíveis não mais apenas à esfera da elite como também a toda a classe média.

1.1 *Modernidade*

A idade moderna se caracteriza como um período histórico rico e extenso, que se inicia logo após o Renascimento, em meados do século XVII, e estende-se por toda a Europa, influenciando fortemente todo o mundo até o século XX e, por que não, também até os dias atuais. Para abordar o período com vista na compreensão dos temas específicos por nós estudados (mercado e literatura), julgamos dever tratá-lo por diferentes questões, referentes às esferas nas quais se deram as transformações mais significativas.

Assim, num primeiro momento, abordamos a questão da soberania, que constitui um importante aspecto do período.

Do ponto de vista da soberania e do poder político global, podemos dizer que a modernidade é o período em que a soberania mundial era exercida principalmente pela supremacia dos Estados-nação, os quais eram capazes de estabelecer as regras da ordem mundial e efetivamente o fizeram. Por meio das políticas imperialistas, que marcaram os séculos modernos, os Estados-nação mais ricos e detentores do poder político espalharam por todo o mundo as cores de suas bandeiras. Com isso, outros Estados-nação foram, em princípio, criados (como todo o continente americano, que teve suas terras divididas em nações, ao estilo do modelo europeu) e, em seguida, dominados. Essa dominação permitiu a expansão dos fluxos de produção e circulação que antes estavam restritos ao continente europeu e a suas relações com a Ásia. Esse quadro de expansão imperialista e supremacia dos Estados-Nação se deve pela natureza da época histórica, em que o poder é bem definido em centros territoriais, e as fronteiras precisam ser bem definidas e visíveis. Trata-se de uma das principais características que formam o conceito de Modernidade, conforme nos assinalam alguns pensadores:

“A soberania do Estado-Nação era a pedra angular do imperialismo que as potências européias construíram na idade moderna”. (NEGRI e HARDT, 2001, p. 87).

Essa expansão dos países desenvolvidos tinha estreita relação com a sua necessidade de novos territórios e mercados, a fim de que pudessem manter a reprodução socioeconômica que lhes era própria. Essa reprodução significa dizer, em outras palavras, que os Estados agem de forma a assegurar sua sobrevivência, por meio da reprodução das relações de produção. Estas são “primeiro reproduzidas pela materialidade do processo de produção e do processo de circulação” (ALTHUSSER, 1977, p. 95). Paralelamente a isso, a estrutura do Estado é mantida pela superestrutura jurídico-política e ideológica.

A reprodução está imediatamente presente no modo de produção da sociedade e do Estado, uma vez que as produções material e ideológica envolvem suas reproduções e, em consequência, a sobrevivência.

Sobre a questão ideológica, ela não só permite a reprodução de um modo de vida (de toda uma época) como também, se for ricamente fomentada, pode levar à própria superação e emancipação intelectual do homem. A esse respeito, toda a modernidade é considerada um rico período, no qual as considerações ideológicas e artísticas atingem um crescimento notável, e as questões filosóficas abrangem um público um pouco maior que apenas o dos religiosos.

A modernidade é, assim, uma época em que, inicialmente, o homem abandona as ligações estreitas entre os desígnios de Deus e as transações e negócios do homem na Terra. É um período em que o pensamento filosófico formulou as teorias de um plano de imanência. Esse pensamento é marcado por uma tendência profundamente audaciosa: analisa o homem e a sociedade do ponto de vista de realidades que podem ser apreendidas nos domínios da compreensão humana, e não além dela. O homem moderno pensa no ambiente social como um desenvolvimento das ações humanas exclusivamente, sem a interferência de uma ordem divina exterior – ações de homens que vivem num mundo complexo e imenso, mas cuja realidade é compreensível à sua capacidade intelectual. O homem ocidental não se vê mais como figurante de um cenário misterioso e místico, e sim diante de um universo interessante por descobrir, um universo que não possui uma natureza transcendental.

“As origens da modernidade européia geralmente são apresentadas como surgidas de um processo de secularização que negou a autoridade divina e transcendente sobre os negócios mundanos. Esse processo foi, sem dúvida, importante, mas em nossa opinião não passou de um sintoma do evento básico da modernidade: a afirmação *deste* mundo, a descoberta do plano de imanência.” (NEGRI e HARDT, 2001, p. 89)

Um dos aspectos essenciais da modernidade é o fato de o homem ter recobrado para si todo o poder intelectual que ele já desenvolvia na Antiguidade e do qual, de certo modo, abdicou (por causas históricas) no período da Idade Média. A consciência de sua capacidade impulsionou o homem moderno para o avanço e revolução de suas artes, em

suas tendências artísticas e tecnológicas. Esse movimento de expansão e gozo de seus atributos é o ponto-chave do florescimento intelectual que marcou o início da modernidade.

1.2 Pós-modernidade

Vivemos, hoje, as primeiras décadas de uma sociedade pós-industrial, cuja cultura convencionou-se chamar “pós-moderna”. O período pós-moderno é tido como uma nova etapa da sociedade consumidora, como o seu avanço ou evolução.

Um importante ponto a ser estudado é a *mudança de paradigmas* que marca essa época. Tanto nos campos de produção material quanto imaterial, há novas técnicas, novas proposições, e os modelos da modernidade são reavaliados em função das novas perspectivas sociais observadas.

Iniciaremos o estudo analisando a questão dos valores.

Uma interpretação para a construção de valores sociais é a constante necessidade que o homem possui de produzir sentido. Essa necessidade está sempre se renovando e, na mesma medida, o homem reformula seus valores a cada época ou contexto histórico.

Em relação aos valores éticos dos dias de hoje, expressa-se uma corrente de pensamento cujo raciocínio fundamental tentaremos definir, assim como sua repercussão no campo da arte e da literatura.

Para entendê-la, é preciso observar como, num primeiro momento, tivemos a mudança de posição sobre o binômio corpo e mente. Havia, nas doutrinas filosóficas da modernidade, uma oposição entre esses dois objetos, como duas realidades distintas que se relacionam, que poderiam complementar-se ou agirem isoladamente, até mesmo podiam agir uma sobre a outra. Como expoente desse raciocínio temos o filósofo Descartes, responsável pela futura conciliação entre as teorias científicas de sua época e o cristianismo, conciliação obtida por meio de uma separação lógica entre o corpo e a mente. Este modo de pensar permite ao homem um controle racional sobre si e uma compreensão sobre dois mundos: o da coisa material (*res extensa*) e o da coisa pensante (*res cogitans*). No entanto, logo no século seguinte ao de Descartes, e sem negar-lhe a influência, houve

filósofos que, a partir de tradições já existentes no início da modernidade, entenderam não haver em absoluto uma profunda divisão entre a mente e o corpo. Afirmavam esses novos pensadores, entre eles destacou-se Baruch de Spinoza, que esses dois elementos são expressões distintas de uma mesma e única realidade, a qual chamaram “Deus”. Como sabemos, os vocábulos, especialmente em filosofia, estão sempre imbuídos de novos significados, que lhes são atribuídos conforme as correntes de pensamento de cada época. Assim, temos que para Spinoza o termo “Deus” significa uma substância que existe por sua própria necessidade e se expressa de acordo com ela, através de infinitos atributos, dentre os quais o homem pode perceber dois: a extensão (matéria) e o pensamento (mente ou alma). Essas maneiras de expressão compõem, na realidade, uma mesma substância, e são, portanto, uma única coisa, sem que seja possível que o corpo possa controlar ou dominar a mente, e vice-versa. Pelo contrário, a influência que um exerce sobre o outro se dá num mesmo sentido vetorial, por assim dizer, pois quando a alma é positivamente afetada, o corpo também o é, e do mesmo modo ocorre com a alma, que se beneficia com o bem-estar do corpo.

Tem-se, então, no plano dos valores, uma mudança em vista da superação da oposição mente/corpo. Se a visão de mundo muda, transforma-se também a escala de valores baseada nesta visão. Antes a visão era a de uma separação entre corpo e mente, pela qual era permitido ao homem crer que poderia ter seu corpo sob o controle de sua mente (e assim controlar seus “vícios”). Em seguida, a visão é de uma unidade corpo/mente, e o homem não tem mais o porto seguro do controle para guiar suas atitudes, mas sim deve orientar-se no sentido de conhecer seus desejos e satisfazê-los. O homem precisa então desenvolver padrões de comportamento a partir de suas emoções, não apenas de suas idéias, e libertar-se do dualismo de sua tradição cultural.

Essa mudança de paradigma é acompanhada de outras mudanças em diferentes campos do saber. Também em relação ao conceito de verdade a sociedade tem procurado reavaliar seus postulados, temendo que ao encarar a verdade como coisa única e objetiva possa cair na mitificação que tanto procurou rechaçar no período da modernidade. Assim é que o homem contemporâneo, chamado por alguns de “pós-moderno”, reconsiderou a sua antiga crença inabalável na verdade, na ciência e, principalmente, no progresso. Este último

deixou de ser o objetivo claro e essencial a ser alcançado pelas nações para se tornar um objeto de estudo, em que sua essência é tida antes como produto ideológico que bem supremo óbvio por si mesmo.

Prosseguindo na análise sobre a mudança de paradigmas, devemos lançar um olhar sobre a questão dos modos de produção.

A pós-modernização caracteriza-se, sobretudo, pelo paradigma segundo o qual a “oferta de serviços e o manuseio de informações estão no coração da produção econômica” (HARDT e NEGRI, 2001, p. 301).

A primeira constatação de mudança de paradigma nos processos produtivos se dá em termos quantitativos, através das estatísticas de emprego em cada setor da economia. Efetivamente, o quadro do emprego nos países capitalistas mudou drasticamente nos últimos cem anos, ao ilustrar a crescente variação entre os três setores de produção. Estes indicadores quantitativos não podem, no entanto, explicar todo o processo de mudanças que fez com que o setor primário, de agricultura e mineração, fosse sobrepujado pelo secundário (industrial), e este, posteriormente, pelo setor terciário (serviços e informação), fato que vimos acontecer a partir da década de 1970.

Para uma compreensão da mudança dos processos de produção é preciso investigar as transformações qualitativas e a hierarquia desenvolvida em cada processo. Quando da passagem da agricultura para o domínio da indústria, por exemplo, a própria agricultura sofreu transformações, foi submetida a constantes pressões financeiras por parte da indústria e obrigada a industrializar-se. Deixando de lado também a hierarquia entre os produtores em determinado contexto social, a interpretação com base somente em aspectos quantitativos engana-se facilmente ao aplicar falsas analogias históricas. Países como Índia e Nigéria atualmente possuem um número de trabalhadores agrícolas que equivale às estatísticas da França e Inglaterra de cem anos atrás. Isto não quer dizer, contudo, que a Índia estaria a caminho de ser o que a França é hoje, pois as relações de poder que a Índia possui na ordem global não são as mesmas que a França possuía quando sua economia estava baseada nos setores de agricultura ou mineração. É imprescindível considerar as relações de dominação e subordinação entre os produtores mundiais, ou seja, realizar uma

análise qualitativa, para que se possa formular analogias capazes de explicar os processos históricos.

Toda a questão dos modos de produção irá envolver, essencialmente, novas formas de absorção dos materiais produzidos. É com a evolução do modo de produção capitalista, a característica fundamental dos períodos históricos citados, que se formará a sociedade de consumo, cuja análise será importante na concepção deste trabalho. Vejamos, então, alguns aspectos sobre a *questão do consumo*.

Foi durante o primeiro ciclo da era do consumo de massa, com suas origens no final do século XIX e vivida até os anos 1950-60, que se cunhou a conhecida expressão “sociedade de consumo”. Nessa época, o que prevalece é o “império da produção”, em que as indústrias estão voltadas para o produto e a grande produção de bens de consumo e, ainda que simultaneamente mas em menor escala, para a ampliação de seus mercados. Esse “império” deu ênfase ao aprimoramento das tecnologias que viabilizassem a produção de massa, aumentando a produtividade e diminuindo os custos, de modo concomitante. No cerne dessa economia de consumo está a estratégia de se vender mais com uma margem de lucro não tão alta em lugar de vender menos produtos com uma margem de lucro vultosa. Com essa visão, o lucro seria obtido pela baixa real nos preços de venda e o conseqüente aumento da quantidade de produtos vendidos. Desse modo, descendo consideravelmente o preço das mercadorias, o capitalismo industrial pôde abarcar as massas em seu centro, garantindo não só a sua continuidade como a ampliação de sua potência: o acesso das massas ao mercado de consumo era o alimento de que essa fase do capitalismo precisaria para crescer.

“A economia de consumo é inseparável desta invenção de marketing: a busca do lucro pelo volume e pela prática dos preços baixos. Pôr os produtos ao alcance das massas: a era moderna do consumo é condutora de um projeto de democratização do acesso aos bens mercantis.” (LIPOVETSKY, 2007, p. 28)

No entanto, essa fase primeira do capitalismo de consumo não pôde atingir quase todo o conjunto da população, ainda que seu objetivo fosse ampliar cada vez mais o público comprador.

“Esse processo, contudo, permaneceu limitado, uma vez que a maioria dos lares populares tem recursos muito escassos para poder adquirir os equipamentos modernos. (...) A fase I criou um consumo de massa inacabado, com predominância burguesa.” (Id., p. 28-29)

É também nessa fase que o consumidor transfere a confiança que depositava no vendedor para a marca, transformando-se em um consumidor moderno, direcionado às marcas, que adquirem mais importância, e seduzido pela publicidade. Os grandes *magazines*, que foram uma ampliação das lojas já existentes e construção de outras ainda maiores, contribuíram para estimular o caráter sedutório do consumo, tão visível atualmente e que pode ser observado claramente também nas grandes livrarias de hoje em dia. Muitas dessas lojas de livros utilizam as técnicas de sedução iniciadas com os grandes *magazines*, desde a década de 1880: lojas amplas, esteticamente bonitas e agradáveis, decoradas luxuosamente e com o objetivo de maravilhar o freguês.

Toda a lógica do consumo iniciada no século XIX foi mais bem desenvolvida nos anos do século XX, em que vivemos assumidamente sob as regras mercadológicas.

Essa grande corrente de vida para o consumo não pôde se realizar sem o caráter efêmero que se atribuiu às produções do homem, tanto no nível material, com seus produtos e construções cada vez menos duráveis, quanto no nível da produção de conhecimento, que tem priorizado a pesquisa altamente especializada, com o único fim de se solucionar determinados problemas estruturais do sistema de produção de mercadorias. Além disso, teve forte influência sobre a sociedade atual o fenômeno que alguns autores classificam como a *mercantilização de tudo*.

No sistema histórico em que vivemos, o capital, definido como acumulação de bens, passou a ser usado de uma maneira nova: ele já existia em outros sistemas históricos, mas foi apenas no capitalismo que foi usado com o objetivo da auto-expansão. Essa auto-

expansão do capital, isto é, a atividade de se investir para a obtenção de mais e mais capitais (seja em recursos materiais, com máquinas e bens ainda não consumidos, ou em recursos financeiros), foi realizada por meio de uma verdadeira transformação das relações e dos produtos em coisas mercantis, foi necessário, para o processo de acumulação, mercantilizar tudo.

“Um ou mais elementos faltavam [da cadeia de produção capitalista], porque nos sistemas sociais históricos anteriores tais elementos não haviam sido transformados em mercadoria, ou então essa transformação ainda era incipiente. (...) Por isso, o capitalismo histórico incluiu a ampla mercantilização de processos – não só os de troca, mas também os de produção e de investimento – antes conduzidos por vias não mercantis. No anseio de acumular cada vez mais capital, os capitalistas buscaram mercantilizar cada vez mais esses processos sociais presentes em todas as esferas da vida econômica. Como o capitalismo é centrado em si mesmo, nenhuma relação social permaneceu isenta de uma possível inclusão. **O desenvolvimento histórico do capitalismo envolveu o impulso de mercantilizar tudo**”. (WALLERSTEIN, 2001, p. 15) (Grifo nosso)

Assim, sabemos que todas as relações da sociedade atual estão permeadas por esse caráter mercantil, que foi essencial para o desenvolvimento do período histórico em que vivemos. Essa característica de mercadoria atribuída a todas as coisas influenciará o tratamento que o homem capitalista dará a todos os aspectos de sua vida, inclusive o cultural.

CAPÍTULO 2 – As visões sobre o livro na contemporaneidade

Com base no contexto social em que vivemos hoje, ou seja, numa sociedade que prioriza o consumo e a rapidez dos fluxos e de todas as coisas, cujos traços delineamos no capítulo 1, o produtor editorial e, principalmente, as visões que se tem sobre o livro serão analisados neste capítulo.

Entendemos por livro um objeto que é um dos meios pelo qual o homem propaga suas idéias, pensamentos ou ensinamentos, e realiza obras de arte. O livro pode também ter uma função puramente utilitária, sendo um simples depósito em que se registram informações, que, por sua vez, são úteis a determinado trabalho humano. Mas, de um modo geral, a idéia que se faz sobre o livro é a de um objeto material cujo conteúdo é imaterial, por assim dizer, e esse conteúdo normalmente nos vem à cabeça como uma história. Assim também é a concepção que temos neste trabalho. Trataremos aqui do livro de literatura, sobretudo, o livro de romance/ficção, escrito em prosa, característico da literatura ocidental.

Alguns aspectos da sociedade atual, os quais destacamos anteriormente, são fundamentais para compreender a visão que se tem hoje sobre a literatura, por grande parte dos escritores e editoras. Dois dos aspectos que iremos destacar são a velocidade e o consumo.

No pensamento prático dos dias atuais, que se estendeu ao mundo literário, a velocidade com que as coisas são feitas é um fator importante de produção. No entanto, o que se constata é que a velocidade da produção material foi, de certo modo, transportada para a produção intelectual, não em seu sentido acadêmico somente (no qual também existe), mas principalmente no sentido da produção de bens culturais e artísticos. Todos os meios de expressão artística sofreram a influência do novo ritmo de produção e do caráter efêmero que se atribuiu aos seus derivados. A durabilidade dos bens materiais, normalmente, tende a diminuir, em função de se manter uma sociedade de massa e consumidora, que precisará renovar constantemente seus bens de consumo. Também os produtos da indústria cultural precisam ser rápidos, ou efêmeros, mas num sentido um pouco mais refinado. A pouca exatidão, a inconsistência dessas produções é o que caracteriza seu caráter efêmero. Podemos constatar essa realidade com base em muitos

filmes históricos ou reportagens televisivas feitos a partir de pouquíssimos conhecimentos científicos.

Até mesmo a literatura tem de ser rápida. Isso não quer dizer que os livros tenham que ser pequenos, pois, ao contrário, ler mais de 300 páginas pode ser tido como sinal de inteligência. Os livros rápidos são, às vezes, volumosos, seus conteúdos é que apresentam alguma ligeireza.

Ao lermos um clássico, uma das questões que se levanta é sobre a necessidade de relê-los. Porque há tanta riqueza ali – não queremos dizer propriamente informação, como um dado empírico, mas sim desenvolvimento intelectual, visões de mundo –, tantas questões podem ser colocadas à nossa capacidade de reflexão que dificilmente alguém conseguiria abarcar tanta abundância de temas em uma só leitura. A isso denominados literatura clássica, e nesse tipo de escrita há muitos caminhos bem ligados ao longo de um único enredo globalizante, caminhos que levam à contemplação de diferentes aspectos da natureza humana. Essa escrita, por seu lado, exige o mesmo tipo de leitura: uma leitura contemplativa, em que o leitor não esteja cativado apenas pelo “núcleo” da narrativa, e sim por todo o conjunto e a profundidade da obra, apreciando não só a perspicácia do enredo, como também as questões de linguagem e estilo.

Um percurso distinto sofre a elaboração de uma obra “rápida”. Esta normalmente cativa o leitor pela curiosidade, pelo trabalho de engendrar uma história labiríntica. Nesse sentido dizemos que ela é rápida, porque não só não exige atentas ou novas leituras, como tampouco apresenta muitas possibilidades de reflexões ao longo de sua narrativa; não apresenta verdadeiras “pausas”, que o leitor realiza, na verdade, para que possa organizar o pensamento. Essas são as obras resultantes da visão exclusivamente comercial sobre a literatura.

O modo pelo qual o livro é produzido, tanto na sua essência (pelos escritores), como em sua reprodução material (pelos produtores editoriais), é o efeito de uma visão social dominante sobre ele, além de depender da disponibilidade de meios tecnológicos para a sua fabricação, os quais também são determinados, em última instância, pelo desenvolvimento social de cada época.

Como breve introdução para a análise do livro contemporâneo, vejamos como era realizado o livro durante a modernidade.

A modernidade, como época histórica que redescobre as capacidades intelectuais do homem – nesse período a visão teocêntrica do mundo é gradativamente abandonada e os homens voltam suas observações para si e o complexo mundo em que vivem –, empenha grande energia nas questões da linguagem, que é o meio pelo qual comunicamos o conhecimento. Este, por sua vez, adquire o lugar central nas preocupações do homem moderno. Preocupado então com o conhecimento e as formas de propagá-lo, sempre com a mentalidade moderna de que a sociedade deve se tornar cada vez mais esclarecida, é natural que o meio principal, até então, pelo qual se transmite o conhecimento – a saber, o livro – sofra um processo de intensificação de sua produção. É assim que, no início da época moderna, a imprensa é inventada, pois as necessidades do homem cresceram a tal ponto que a técnica secular dos copistas não era mais capaz de responder ao novo volume de demanda por livros e conhecimento.

Mais do que uma necessidade genérica pelo saber, a imprensa vem satisfazer as necessidades de uma nova classe que ascendia, retirando-a de um isolamento e proporcionando uma difusão cultural. A imprensa viabiliza a abertura dos textos e informações para além da classe clerical, justamente porque se trata de um momento histórico em que os países europeus seguem uma direção política na qual se torna necessária uma separação entre Estado e Religião.

Nesse sentido, vejamos as palavras de Nelson Werneck Sodré:

“Cada época cria os instrumentos necessários à plena expansão de tudo o que caracteriza, a imprensa foi criação necessária às transformações que alteraram a fisionomia do mundo na transição para a Idade Moderna. Ela proporcionou a difusão da cultura e, mais do que isso, transferiu o saber à nova classe, que ascendia, retirando-o do isolamento em que era mantido. Como a pólvora, que permite aos monarcas realizar a tarefa de unificação que destrói a pluralidade feudal, a imprensa (...) multiplica as possibilidades de acesso aos conhecimentos e permite a informação, quando a nova classe necessita agora utilizar

esse instrumento extraordinário de influência e de troca de idéias”. (s/a, p. 315)

Num primeiro momento, o livro é então um objeto que, antes de tudo, tem a função de ser o meio pelo qual se registra e, em seguida, se transmite o saber. Mas é um meio extremamente potente, e que será utilizado de forma a privilegiar a ascensão de uma nova classe formada, a burguesia. Além disso, apesar de ser essencialmente um veículo para a transmissão do saber, é evidente que as formas pelas quais o livro é propagado se darão, majoritariamente, pelas vias comerciais, afinal é no início da época moderna também que o sistema capitalista começa a florescer.

O período contemporâneo, o qual podemos chamar também de pós-moderno, desenvolve com mestria o caráter comercial da propagação do livro. A partir desse período, em função do crescimento urbano e populacional característicos, outros setores além dos estudiosos passam dar atenção ao livro, e este é sistematicamente trabalhado e pesquisado no que diz respeito às técnicas de sua reprodução e distribuição, não sendo apenas considerado pelos aspectos educacionais ou funcionais que norteavam os interesses de outrora.

Veremos, então, como se desenvolvem a manipulação do livro e as questões relacionadas à atividade do editor na sociedade atual.

2.1 O editor de livros

A figura do editor modificou-se bastante ao longo dos séculos. Considerando-se o período a partir do Renascimento, podemos afirmar que a existência deste profissional está completamente ligada com o advento da imprensa, no século XIV. O editor dessa época era também o impressor, aquele que entendia tudo sobre as técnicas de reprodução de texto. O surgimento deste profissional representava uma mudança na forma de fazer o livro, gerada, por sua vez, pelo novo tratamento social que lhe foi dado.

“A função editor surgiu no Ocidente quando Gutenberg criou a “escrita mecânica”, com a invenção da tipografia de caracteres móveis de metal. Entretanto, o mais importante na invenção de Gutenberg foi que essa tecnologia, já em si revolucionária, provocou a mudança do lugar social da produção dos livros. Das abadias, com seus monges calígrafos e antiquários, que produziam no isolamento de seus *scriptoria* para si e seus pares, que lhes determinavam o que podia copiar, deixar copiar ou vender, a produção de livros passou para as oficinas operadas por mãos leigas e artesãs, com espíritos burgueses, desejosas de editar e vender sempre mais, visando obter lucros crescentes. Essa mudança, aliada ao eros pedagógico do editor, foi a mais importante e revolucionária contribuição de Gutenberg, pois possibilitou uma liberdade e um dinamismo na produção e circulação dos saberes que foi fundamental para o nascimento do mundo moderno”. (BRAGANÇA, 2002, p. 1)

Além da novidade trazida com a figura do editor em si, a grande revolução em relação ao trabalho que ele desempenhava é que se pensava sobre os livros, desde então, em termos de mercado. Os títulos, que antes dificilmente passavam da centena de exemplares, agora podiam atingir escalas vultuosas.

Contudo, em relação ao trabalho do editor, é importante destacar não só o aspecto da revolução comercial que ele empreendeu, mas também a renovação estética e o cuidado com que manejava o livro:

“Embora se saiba de oficinas de copistas no final da Idade Média, que faziam até centenas de cópias de alguns livros, não se pode falar aí do trabalho criativo do editor na elaboração do produto final. Os impressores-editores, enquanto ‘editores de texto’, aprofundavam o movimento que havia começado nos *scriptoria* e no trabalho dos *stationarii* em busca do estabelecimento de textos autênticos”. (*Id.*, p. 4-5)

Também preocupado com a qualidade, o editor buscava o texto original, “escovando-os dos acréscimos e mutilações posteriores, alterações e glosas que mudavam o sentido e o conteúdo”. (*Id.*, p. 5) Assim pretendia oferecer o livro a um público leitor que cada vez se ampliava mais, oriundos das cidades e seus arredores. O trabalho deste primeiro

editor-impressor ajudou a tirar do ocaso inúmeros autores da chamada cultura pagã, escritos da antiguidade clássica, das culturas árabes e outras.

Através do trabalho de trazer à luz textos antigos e de autores renomados, com o cuidado e estilo característicos dos anos em que a velocidade do mercado não se comparava com a dos dias atuais, os editores conseguiram, gradativamente, conquistar um público considerável, cujo número de leitores só tendia a aumentar. Cresceram, então, simultaneamente o público e o trabalho do editor, possibilitando já nessa época a formação de grandes organizações de negócios editoriais, com representações em várias cidades da Europa. Juntamente a isso, o interesse por livros populares também cresceu, os romances de cavalaria obtiveram grande sucesso, assim como os livros de horas ilustrados e os almanaques; também cresceram as demandas de livros em escolas, que, por sua vez, se tornavam mais numerosas. Com todo esse desenvolvimento, o capitalismo europeu foi provocando mudanças na estrutura e nas mentalidades dos agentes do setor.

“Criaram-se especializações nas áreas do fabrico – os impressores –, e no comércio – os livreiros –, que se tornam ‘homens de corporações’, e mais freqüentemente livreiros se tornam editores-livreiros, aumentando o já acirrado espírito mercantil e a competição”. (Id., p. 7)

A partir de então, temos mais evidente a transformação do profissional artesão, o primeiro editor, no profissional “homem de negócios”, donos de livrarias e editores ao mesmo tempo, cujos interesses se guiam majoritariamente pelos aspectos comerciais do livro. Este último é o editor característico do século XIX e início do XX.

A partir da segunda metade do século XX, o editor-impressor-livreiro não existe em uma única figura. Dividiu-se em pelo menos três profissionais distintos. É realmente o “homem de negócios” quem possui as empresas editoriais: ele contrata os seus respectivos editores e mantém relações comerciais com os impressores, representados, normalmente, por empresas independentes. O editor de livros passa a ser um profissional sem capital, por assim dizer, atuando como um trabalhador qualificado e importante na cadeia de produção do livro, mas sem o completo controle sobre toda a produção. Somente pequenas editoras, nos dias de hoje, são mantidas por “editores”, no sentido estrito do termo.

Sobre o trabalho do editor atual, devemos pensar a questão em vista das mudanças do trabalho e das técnicas de reprodução.

Diante das mudanças tecnológicas e organizacionais no sistema de trabalho, novas qualificações foram requeridas ao editor de livros.

A nova dinâmica de acumulação capitalista, com início em meados da década de 1970, apoiada nas novas tecnologias de base microeletrônica, modifica substancialmente a organização da produção, do processo de trabalho, e aponta para uma nova dimensão do trabalho na produção de bens e serviços, baseada na flexibilidade, na polivalência e no envolvimento do trabalhador.

A década de 1980 se caracteriza por um grande avanço das forças produtivas mas, por outro lado, também apresenta quadros de desemprego estrutural, de sub-emprego, de precarização do trabalho e ampliação da faixa de pobreza – não apenas no terceiro mundo, mas também nos países capitalistas centrais.

Ainda que nas sociedades atuais a universalização dos novos conceitos de produção não tenha sido totalmente alcançada, e que as novas formas de se organizar a produção e o trabalho sejam encontradas apenas nos setores mais avançados da indústria e serviços capitalistas, essas mudanças tecnológicas e organizacionais configuram-se como um quadro aparentemente irreversível. No contexto da discussão sobre o “futuro da sociedade de trabalho”, identificamos o crescimento da *subjetivação* neste processo.

Se a sociedade do trabalho demonstra sua vitalidade e capacidade de transformação, qual será então, o papel do produtor editorial na vida dos indivíduos e das relações sociais? Como seriam, ainda, as suas relações com as novas tecnologias que se incorporam diariamente ao processo produtivo do livro?

O produtor editorial tem, cada vez mais, de se adaptar às diversas exigências que lhe são feitas pelo mercado de trabalho. Exigências que se traduzem em capacidades pessoais e motivações, e que os empregadores entendem que todo profissional deve apresentar. Para se adaptar a tais mudanças e exigências, o editor foi obrigado a se transformar num *empreendedor*.

Sobre as origens do *empreendedorismo* – que, como uma das visões sociais predominantes de nossa época, é importante para a compreensão da mentalidade das editoras –, podemos afirmar que esse fenômeno se deve a uma mudança de mentalidade, iniciada em fins da Idade Média e princípio da Moderna. Tal mentalidade fomentou o capitalismo moderno e gerou o chamado “*entrepreneur*” – o homem imbuído do “*espírito empresarial*”. Esse homem possuía uma mentalidade distinta da do homem medieval regular. Este, por sua vez, buscava a “*riqueza para gastá-la na guerra, na ostentação pessoal, em donativos e obras de caridade*”, de modo que para a “*obtenção e desembolso de dinheiro não havia motivo constante nem método definitivo*” (HOBSON, 1985, p. 19). A acumulação de riquezas, na Idade Média, era feita de um modo muito mais rápido e pelas altas camadas da sociedade: é sabido que os nobres se beneficiavam, entre outras coisas, da pirataria (e a Inglaterra foi reconhecidamente um país que a exerceu); já o clero, dos dízimos, que eram obrigatórios, e de inúmeras outras fontes de renda. Além das fontes de trabalho, as classes influentes desse período também puderam aumentar suas riquezas por meio da rapina, da extorsão e da aventura. A idéia da acumulação pelo comércio somente se fortaleceu no declínio da Idade Média.

“Mesmo quando a ânsia pelo dinheiro se espalhou mais amplamente, com a introdução do luxo na vida urbana, a idéia da indústria ou do comércio, como instrumentos regulares de obtenção de dinheiro, custou a abrir caminho. A pirataria, a extorsão de camponeses e cidadãos, por meio de arrendamentos, ‘auxílios’ ou impostos, ou ainda as aventuras mais românticas, porém menos produtivas, da caça aos tesouros e da alquimia, vinham de mais longe. Só quando o desejo ardente de acumular alcançou categorias colocadas mais baixo na escala social e de índole mais pacífica foi que o empréstimo de dinheiro e o comércio começaram a ser reconhecidos como meios de obter dinheiro com o uso do dinheiro”. (HOBSON, 1985, p. 18-19)

Assim, apenas quando uma classe não tão poderosa, que não poderia dispor de exércitos e navios, passa a obter um certo melhoramento de suas condições materiais, por meio da acumulação de capital, é que os ideais do *racionalismo econômico* tiveram condições de propagar-se. Esses primeiros homens de negócios, pela experiência de suas

atividades, imprimiram suas descobertas e aprimoramento de técnica e gestão administrativa às empresas, que floresciam com toda a vitalidade em fins do período medieval. Essas novas técnicas, aliadas à mentalidade gestora e acumulativa, formaram um aspecto indispensável para o desenvolvimento da indústria moderna.

O desenvolvimento da contabilidade, acompanhado como foi pela aplicação ampla e geral do sistema matemático e racional em todo o comércio, (...) foi, ao mesmo tempo, um instrumento indispensável e um aspecto da indústria moderna. **Essa foi a contribuição mais decisiva e direta para a indústria na Renascença, com ênfase dada aos interesses individuais, à responsabilidade pessoal e à livre concorrência – o mesmo espírito que impera na arte, na literatura, na religião e na política.** (*Id.*, 1985, p. 20) (Grifo nosso)

Os ideais do espírito empreendedor se mantiveram e se fortaleceram a tal ponto que formam, atualmente, um aspecto tido como importante na formação social. Originado como um novo pensamento voltado para a acumulação de riquezas, o empreendedorismo permeia todo o meio em que trabalha o editor de livros, um dos focos de nosso estudo.

Um das características do editor-empreendedor é o discurso que ele possui de que o livro é uma mercadoria e que deve ser democratizado tanto quanto possível. A venda do livro e a transformação deste em um simples produto são características do pensamento do editor moderno. Contudo, o editor adepto da doutrina “livro-mercadoria”, para não ser completamente mercantil em sua postura, também esclarece que essa transformação do livro em produto seria essencial para a divulgação dos livros em geral e do conhecimento que neles existem.

Oportunamente, é importante esclarecer que não se é, aqui, contra a democratização da leitura. Mas, sobre isso, não entraremos propriamente nos comentários sobre a ideologia da emancipação pela leitura, que não cabe neste trabalho, mas cuja força favorece o parecer das editoras à maior distribuição (e venda) do livro possível, entre a população.

Entende-se a popularização do livro como produto como um processo distinto da disseminação do hábito de ler. Propagar o livro como um bem ao qual todos têm direito é um ato emancipacionista, que procura fazer com que o livro não seja acessível apenas à elite. Como exemplo dessa linha de pensamento podemos citar a atuação do editor Ênio Silveira: “Ênio defendia que o livro não fosse um objeto de consumo apenas para a elite. O acesso a ele deveria ser democratizado, como uma forma de impulsionar o processo cultural brasileiro”. (SILVEIRA, 2006, p. 37). Os ideólogos da popularização do livro têm em mente que a leitura pode estimular a independência, fazendo com que o povo, ao ler e compreender melhor, “seja capaz de (...) lutar contra as forças que o oprimem”. (*Id.*, p. 38) A propagação do livro como um produto é, por outro lado, mais uma manifestação do crescimento industrial que um ato de emancipação pela leitura. Ela dificulta, ademais, o gosto pela leitura. Habitualmente, as livrarias oferecem ao leitor um livro que é, antes de tudo, uma mercadoria¹; em muitos casos, e isso é evidente no caso dos livros tidos como de auto-ajuda, não existe a obra de um artista, de um escritor ou poeta: têm-se o livro como um instrumento eficiente e eficaz – ideais tão em voga atualmente. Com essa idéia, o leitor apenas consome a leitura como uma ajuda momentânea sobre um problema que o aflige, ou informa-se sobre um assunto que lhe é necessário naquele momento de sua vida, sem desenvolver nenhum gosto pela leitura como atividade de crescimento, ou de formação, com a qual se poderia ter uma *relação de prazer*. O leitor influenciado por essa visão consumista da leitura vê o livro de formas limitadas: como ferramenta para uma necessidade – passageira ou constante – de sua vida, ferramenta cujo uso pode até exigir um esforço e uma atenção que sacrificam o leitor, pelo fato de ele não extrair prazer com a leitura a que se vê obrigado a realizar; ou ainda, como de fato acontece a alguns, desejam-se os livros e a literatura – que é lida, mas nem sempre entendida – pelo status que isso pode gerar: mas, então, os livros não são quistos por si mesmos e sua riqueza não é bem avaliada: esses leitores vêem, acima de tudo, o que os outros pensam sobre essa atividade, e a exercem como uma maneira de se incluírem em grupos sócio-culturais ou angariarem admiração e glória por seus conhecimentos, que, nesse caso, é em verdade uma acumulação

¹ Ainda que fosse um lugar destinado à venda, por essência, a livraria também era, até as primeiras décadas do século XX, um lugar de encontro cultural e no qual muitos intelectuais compartilhavam o gosto pela literatura.

de informações em lugar de um conhecimento adquirido. Com isso, queremos dizer que a literatura difundida como produto é mais uma forma de difundir o aspecto consumidor da vida atual, que desestimula o leitor a uma leitura verdadeira e prazerosa, e ainda reveste-se de um discurso falacioso que “estimularia” a leitura, ao passo que ilude antes de esclarecer.

2.2 *Indústria Cultural*

Podemos entender as visões do empreendedor do livro (mais empresarial) e dos agentes da propagação do livro (também empresariais, mas de cunho mais sociológico), como posicionamentos que não teriam lugar fora de uma das grandes cadeias desenvolvidas desde o século XIX, a *Indústria Cultural*. Este tema é fundamental para a compreensão da indústria do livro, que é, em verdade, um de seus componentes.

A Indústria Cultural, conforme a definição dos autores alemães Adorno e Horkheimer, é a faculdade que possui a sociedade atual de “juntar elementos há muito correntes” e atribuir-lhes “uma nova qualidade”, produzindo-se assim, em todos os seus ramos, “mais ou menos segundo um plano, produtos adaptados ao consumo das massas e que em grande medida determinam esse consumo”. (*apud* COHN, 1978, p. 287) Essa indústria constitui-se de um sistema que é fruto do desenvolvimento não só das técnicas mas principalmente da concentração econômica e administrativa, é uma grande integração do consumo que faz dos estilos de vida objetos de compra pelas massas. Nesse sentido, as massas (ou os consumidores) são apenas o sujeito passivo, aquele que sofre as influências de um organismo que lhe é mais forte – a indústria cultural, ainda que ela não possa existir sem adaptar-se às massas.

Assim, em relação à manutenção do ciclo do consumo, observamos:

“As mercadorias culturais da indústria se orientam, como disseram Brecht e Suhrkamp há já trinta anos, segundo o princípio de sua comercialização e não segundo seu próprio conteúdo e sua figuração adequada”. (*Id.*, p. 288)

Da mesma forma, observamos, ocorre com a indústria do livro, a qual não está excluída do rol das indústrias culturais. Em função de um novo modelo socioeconômico

(sobretudo econômico), conforme temos analisado, que se desenvolve desde a modernidade e consagrou-se na pós-modernidade – especialmente após a 2ª Guerra Mundial –, a arte da publicação foi dominada pela tendência mais atual de produção, a que segue toda a indústria cultural, isto é, a tendência de *standardização* dos produtos culturais. Esse processo de *standardização* se deve antes a um dos modos em que se baseia a economia mundial, a saber: a produção e distribuição de mercadorias, que ao avanço das técnicas de industrialização em si. Esta última, no entanto, não poderia existir por si mesma, mas sim como fruto de necessidades históricas, como o período em que vivemos atualmente, que exige uma intensa aprimoração das tecnologias para existir e reproduzir-se.

Sobre o tema da industrialização, podemos afirmar que ela, em si, não é, evidentemente, algo de todo ruim para o livro. Os benefícios do modo industrial de se fazer o livro, ou seja, por meio de máquinas, possibilitou grandes vantagens, entre as quais citamos a eliminação dos erros dos antigos copistas, a rapidez na fabricação de novos exemplares e, com isso, o aumento do número de livros na sociedade, transformando-se, assim, o livro num objeto menos raro e mais acessível, por ser mais numeroso e barato. A contestação feita por alguns autores não diz respeito a reprodução puramente técnica, mas sim à mercantilização e à *standardização* do livro, ao tratamento que lhe é dado apenas enquanto simples mercadoria:

“Com efeito, não podemos perder de vista que o livro não é, apesar de tudo, uma mercadoria como as outras. Ele tem um aspecto nobre, representado por suas origens espirituais e pelos fins a que se destina. Seu emprego próprio não exclui, antes pressupõe, a delicadeza de trato, o bom gosto, a finura intelectual, os ambientes em que a inteligência e não a matéria deve reinar soberanamente. (...) Reduzi-lo à condição de mera mercadoria é vilipendia-lo, é humilhá-lo na sua natureza e, o que é pior, é tornar o homem indigno dele.”
(MARTINS, 1998, P. 242)

Contudo, a indústria cultural segue na via da *standardização*, mantendo-se bem-sucedida porque sua atuação retrata a ordem da sociedade como uma ordem natural e harmônica, sem que as contradições da realidade apareçam de forma que seja possível compreendê-las, e trabalha sempre no sentido de legitimar o *status quo* (porque,

provavelmente, não seja viável, dentro dos mecanismos dessa indústria, ver o mundo de forma diferente).

Ao impor-se como o principal meio de transmissão dos produtos culturais às massas, a indústria cultural não pode – a fim de não entrar em contradição consigo mesma – expor e fomentar artistas que expressem determinadas críticas ou reprovações em relação ao cenário político dominante (que a mantém), e limita, assim, a exposição de obras mais autônomas, que realizem, por ventura, observações mais independentes. Essa limitação se dá, de modo geral, pela simples rejeição na publicação de títulos, por exemplo. Ainda que esboce a exposição de algumas mensagens imbuídas de caráter crítico ou visionário, são mensagens midiáticas que nunca chegam a questionar seriamente a estrutura social, delineando-se apenas observações que visam a “consertar” aspectos da sociedade que “ainda” não funcionam bem.

“A autonomia das obras de arte, que, é verdade, quase nunca existiu de forma pura e que sempre foi marcada por conexões de efeito, vê-se no limite abolida pela indústria cultural”.
(*apud* COHN, 1978, p. 287)

Difundindo, por meio de seus produtos, uma versão padronizada das produções intelectuais, a indústria cultural dificulta a circulação de produtos que não tenham como característica máxima o fato de serem mercadoria. Podemos entender esse processo guiando-nos pelo texto citado:

“As produções do espírito no estilo da indústria cultural não são mais *também* mercadoria, mas o são integralmente”.
(*apud* COHN, 1978, p. 289)

Também a literatura está inserida neste processo. Isto implica a criação de categorias, isto é, na padronização dos escritos literários. Essa padronização é um modo de produzir sempre distintos livros, ou seja, sempre “novidades”, com roupagens novas, mas todos contendo a mesma formação e a mesma essência.

“Ao mesmo tempo, contudo, conservam-se os caracteres que primitivamente pertenciam à transformação da literatura em

mercadoria. Se alguma coisa no mundo possui sua ontologia, é a indústria cultural, quadro de categorias fundamentais, rigidamente conservadas, tal como testemunha, por exemplo, o romance comercial inglês do fim do século XVII e do início do XVIII. O que na indústria cultural se apresenta como um progresso, o insistentemente novo que ela oferece, permanece, em todos os seus ramos, a mudança de indumentária e um sempre semelhante; em toda parte a mudança encobre um esqueleto no qual houve tão poucas mudanças como na própria motivação do lucro desde que ela ganhou ascendência sobre a cultura”. (*apud* COHN, 1978, p. 289)

Ao se produzir o livro apenas para o consumo, cai-se inevitavelmente na padronização descrita acima, e corre-se o risco de perder a sua essência de obra de arte.

“A obra de arte reproduzida é cada vez mais a reprodução de uma obra de arte criada para ser reproduzida”. (BENJAMIN, 1985, p. 171)

O livro enquanto objeto de arte feito para a reprodução é um objeto feito para satisfazer as massas mais enquanto objeto que enquanto arte. Quando o livro é pensado apenas em uma perspectiva reprodutiva – quando o engajamento da editora está voltado principalmente para as técnicas de impressão e distribuição – perde, sob esse ponto de vista, seu caráter artístico e representa tão-somente um objeto, que contém uma mensagem, sem dúvida, mas feito para a reprodução massiva. Uma editora que siga essa linha pode fabricar séries intermináveis de livros diferentes, atribuindo-lhes mensagens diferentes, sem que sejam, contudo, livros originais: são mensagens fabricadas em modelos muito pouco variados, saídos de um grande molde maior, por assim dizer, que fabrica mensagens (textos) aparentemente diferentes para que sejam embaladas e reproduzidas segundo as necessidades de distribuição e venda das editoras.

2.3 Sobre a relação entre o mercado e a arte literária

O campo literário do Rio de Janeiro recebia extrema influência da literatura francesa, por todo o século XIX, e assim foi até a década de 1920, aproximadamente, quando surgiu o movimento modernista, com fortes inclinações nacionalistas.

O cenário da indústria editorial também era, até o começo do século XX, bastante “importado” da França. Nossos primeiros editores/impressores (pois naquelas dias os ofícios de editor e impressor não estavam ainda bem separados um do outro, de modo que os donos das editoras/gráficas eram os nossos editores de então e conheciam bem todo o processo da produção do livro) não só eram franceses, como até imprimiam seus livros em seu país de origem, obtendo grande vantagem comercial sobre o impressor que se utilizava das técnicas nacionais, uma vez que a impressão era mais desenvolvida na França (o que baixava o custo de produção), além de esses editores possuírem contatos na Europa. Foi o caso de Garnier e Plancher, editores franceses que em função da conjuntura política da época resolveram mudar seus negócios para o Brasil, onde já se formava um público leitor considerável, a indústria do livro era incipiente e havia uma afinidade cultural no campo das letras.

Em relação ao livro, o cenário cultural e tecnológico da Europa, sobretudo o francês, era a influência mais forte sobre o desenvolvimento da literatura e da impressão no Brasil. Somente mais tarde isso iria mudar, após a 2ª Guerra Mundial, quando os Estados Unidos passam a ser a influência dominante, até mesmo na questão do livro. Essa influência irá reforçar alguns aspectos que a França já demarcara, como a massificação do livro, sem, contudo, desenvolver mais que os franceses o aspecto da crítica.

Assim, a análise das interpretações sobre a arte literária vem de uma tradição francesa, que foi pioneira em investigar a literatura e o artista em função do posicionamento que um destes assumia face às diferentes visões de mundo que existiam, as quais basicamente se difundiam em duas correntes:

A corrente burguesa – uma nova elite firmava-se no poder: a burguesa, que representava os detentores do capital, já então extremamente potente no cenário mundial. Essa nova elite, diferentemente da nobreza, a elite antecessora, era majoritariamente inculta

ou apática em relação às artes do espírito. Dela dificilmente saíam filósofos ou literatos, ao contrário do que se passava com a aristocracia, em vista do pouco prestígio que as carreiras não-lucrativas obtinham. Aos descendentes de empresários, proprietários, banqueiros etc., era imposto, por meio da educação e conduta, seguir o caminho “correto”, formando-se nas carreiras “responsáveis” e garantindo assim a reprodução social. A arte, no olhar do burguês de fins do séc. XIX (e ainda dominante hoje em dia, mas em diferentes tons), é uma atividade de risco: dever-se-ia exercê-la ou apreciá-la de um modo seguro e distante, sem inquietar-se demasiado com as questões do espírito, ou sem dedicar-se integralmente a elas. O filho da burguesia que se arrisca nessa direção é rechaçado pelos seus. Assim ocorreu com Baudelaire, ao qual foi imposto um conselho judiciário, que lhe limitava as despesas.

A corrente da “arte pura” – Um conjunto de artistas pensa o mundo da arte como completamente incompatível com o mundo dos negócios. Esta corrente atende a um público muito restrito e representa a ruptura com a ordem econômica. É melhor representada pelos parnasianos, mas abarca pensadores de diferentes estilos literários. Estes podiam ser oriundos de classes sociais mais populares ou da pequena burguesia.

É claro que havia uma grande mistura e nem sempre essa divisão era uma regra em relação a muitos escritores, mas essa tendência caracteriza o campo literário do século XIX, não só da França como de muitos países ocidentais, inclusive o Brasil. É interessante notar que essa divisão, diríamos ideológica (entre os escritores conformistas e os da vanguarda), era de algum modo atenuada pela corrente mais comercial. Pois se os mecanismos de consagração burguesa (Academia, prêmios etc.) estavam voltados “em prioridade aos escritores que produziam para o mercado burguês e a grande consumação, eles também tocavam à fração mais conforme da vanguarda consagrada” (BOURDIEU, p. 208). Isto significa que por mais distante da escrita de grande mercado que um escritor tentasse se manter, ainda assim os mecanismos desse grande sistema pretendiam incluí-lo dentro de si, através da consagração pelo “reconhecimento”. Assim, somente os mais avessos à proximidade com a arte burguesa recusavam quaisquer signos sociais de consagração – conscientes que estavam de que aceitar tais reconhecimentos seria antes uma

atitude de subordinação ideológica (ou mercadológica) que receber um reconhecimento real.

Essas correntes deram origem a debates sobre a definição de artista mesmo. Segundo os artistas “puros”, somente poderiam ser qualificados com os termos “artista” e “escritor” aqueles que se submetiam apenas às regras da arte enquanto tal, sem que as imposições de fatores adversos a ela pudessem influenciá-los decisivamente. Por outro lado, os escritores mais próximos à corrente comercial procuravam definir seu ofício de um modo mais amplo, recorrendo aos títulos honoríficos como legitimação de suas capacidades artísticas. Os artistas “puros” afirmavam que uma das implicações do monopólio comercial sobre o campo literário é que o escritor submetido a essa regra passa a produzir segundo as determinações de ordem econômica em detrimento das de ordem artística.

“Um dos problemas centrais das rivalidades literárias (etc.) é o monopólio da legitimidade literária, isto é, entre outras coisas, o monopólio do poder de dizer com autoridade quem está autorizado a se dizer escritor (etc.) ou mesmo a dizer quem é escritor, (...) ou, se se prefere, o monopólio do poder de consagração dos produtores ou dos produzidos. Mais precisamente, a luta entre os ocupantes dos dois pólos opostos do campo de produção cultural tem por tema o monopólio sobre a imposição da definição legítima de escritor, e é compreensível que ela se organize em torno da oposição entre autonomia e heteronomia”. (BOURDIEU, 1996.)

Aparentemente os escritores do século XIX já estavam bastante conscientes da transformação pela qual passava o seu meio, e viam na ascensão burguesa uma espécie de ameaça aos padrões de qualidade por eles tão prezados e difundidos.

Tudo isso é a origem de um processo que vai desembocar na assimilação praticamente completa dos literatos pelo mercado, no século XX. Tal assimilação corresponde ao grande movimento de formação de uma cultura de massa, que é ao mesmo tempo um grande mercado consumidor. Ao longo do desenvolvimento desse mercado, as exigências do grande público são cada vez mais potentes e as pressões para que as obras

sejam sempre bem-vendidas aumentam, a ponto de isso ser o fator principal na sua avaliação.

Podemos observar como a visão individualista da pós-modernidade está presente na postura de muitas das grandes editoras. Algumas destas empresas adotam linhas editoriais que manifestam apenas um interesse imediato: vender. Não há considerações sobre as conseqüências sociais que essas linhas editoriais estritamente imediatistas possam causar sobre a sociedade.

Essa tendência editorial de publicar apenas para se obter um retorno imediato está diretamente ligada à produção de obras comerciais de literatura. Esse quadro implica um declínio da qualidade das publicações literárias. Notamos que as editoras estão deixando de publicar romances que, por seu requinte, não correspondem às expectativas dos amantes do *thriller* comercial. Desse modo, priorizando sempre os romances de best-seller, as editoras contribuem para que grandes autores anteriormente publicados permaneçam num limbo, do qual somente são resgatados por algum tipo de comemoração, normalmente infértil, ou pela curiosidade de determinado investigador.

Anualmente, as editoras realizam balanços de sua atividade e chegam a conclusões mais ou menos já conhecidas. Algumas – guiadas por estratégias comerciais que todas as demais tendem a seguir – se comprazem na constatação de que tiveram uma feliz colheita, outras lamentam ter navegado apenas num fino afluente de um largo rio. Ambos os lados possuem razões para atingir seus resultados, seja pela promoção comercial de determinados autores, seja pela opção de manter uma linha editorial que valorize os textos de autores pouco conhecidos, cujo valor literário justificou a publicação.

Os êxitos comerciais estimulam os autores a produzirem sempre mais títulos, o que pode causar uma viciosa repetição dos seus romances anteriores, ou, até mesmo, dos romances de outrem. Geralmente essa cobrança por uma grande produção de títulos – são cobrados os editores e os autores a publicarem cada vez mais, sem que haja tempo para ruminar a qualidade da escrita e do processo de edição –, vem acompanhada da justificativa de que todos os envolvidos precisam viver do negócio do livro. Sabemos que, desde a popularização do gênero em meados do século XIX, muitos dos autores de literatura

passaram a viver exclusivamente de suas obras, uma vez que as vendas já alcançavam valores significativos. Desde então, têm coexistido no universo da literatura o texto literário e o produto editorial. Algumas poucas editoras, como a reconhecida Gallimard, podiam apresentar orgulhosamente a conciliação que mantinham entre os êxitos de vendas e textos de uma refinada expressão literária. Os benefícios dos títulos mais comerciais, por um lado, permitiam que esses editores ampliassem o leque de romancistas, publicando novos autores talentosos, dos quais alguns lograram obter grande reconhecimento ainda em vida, como Tolstói, Thomas Mann, Gabriel Garcia Márquez. No entanto, esse fenômeno de publicar exitosamente ambas as tendências, comercial e refinada, foi uma exceção. Nem sempre as editoras podiam publicar novos autores, pois temiam sua desestabilização no mercado, caso as vendas desses, por serem desconhecidos, não alcançassem as margens mínimas do retorno financeiro necessário. O melhor exemplo de uma editora convencional, que raramente se arriscava na publicação com base apenas no nível literário do texto, foi a Garnier, que exerceu suas atividades no Rio de Janeiro, em fins do século XIX e início do XX. Dessa época até os dias de hoje, assistimos a uma preferência dos editores por essa convencionalidade, e o admirável exemplo da Gallimard, que conseguia manter certo equilíbrio na qualidade de suas publicações, foi cada vez mais tido como utópico ou irrealizável.

Assim, as grandes empresas editoriais preferem se resguardar de eventuais contratemplos publicando somente o livro que, segundo julgam, será venda certa. Demonstrem, por essa atitude, um comportamento exclusivamente empresarial no tratamento de um material que tem origens artísticas, pois o livro de literatura nasceu como uma obra de arte. Sua transformação em produto não vem senão depois da transformação de tudo em produto, pela grande força da indústria e do mercado, conforme vimos anteriormente. Desse modo, em vista do tratamento ao qual o livro é submetido, muitos autores transformam o texto literário em um produto, para que ele possa ser aceito pela indústria editorial e o autor, enfim, publicado.

Essa mesma linha de raciocínio possui o escritor espanhol Juan Goytisolo:

“Los pesos pesados del mundo editorial sólo quieren publicar lo que, acertadamente o no, consideran productos de venta fácil y marginan aquellas novelas que, por su complejidad o por su voluntad innovadora, no responden al conformismo y pereza intelectual de una mayoría anestesiada por la telebasura o las revistas sobre la gente guapa”. (GOYTISOLO, 2007)

No entanto, provavelmente não se pode fazer uma denúncia da indústria editorial como se esse organismo atuasse por livre vontade, apenas movido pela preocupação do lucro. Como componente de uma cadeia econômica, toda a indústria cultural está de certo modo limitada pelas regras constitutivas dessa cadeia. Não é mais possível, dentro do contexto de mercantilização e de cultura de massa, que as publicações se desviem muito do que corresponde a um padrão de consumo pré-estabelecido. Essa realidade da sociedade do consumo e do efêmero se impõe e é mais forte que os desejos individuais que algum editor possa ter sobre publicar essencialmente autores relevantes do ponto de vista artístico ou filosófico. Em vez desses autores, são impelidos a editar obras que abordam temas folhetinescos, frequentemente carregadas de elementos como esoterismo, sexo ou mistério. Muitas vezes, sem outras perspectivas profissionais ou de vida, ou talvez pela força da repetição dos argumentos empresariais, grande parte dos editores atuais assumem uma postura também empresarial, sem ao menos serem os donos do negócio, diferentemente do que ocorria até mais ou menos a metade do século XX, quando os editores eram ao mesmo tempo os proprietários e, assim, se justificava de algum modo a mentalidade comercial. Os editores de hoje em dia precisam estar em acordo com essa mentalidade – ainda que alguns estejam, por gosto, voltados para a rica produção das “arte do espírito” –, pois do contrário serão tidos como profissionais sem valor. E, imbuídos da ideologia da venda e do consumo, evocam o aval da imprensa e de alguns acadêmicos, os quais sustentam que os melhores romances são os que vendem mais.

Uma questão que se coloca é se ainda há, nos dias de hoje, alguma margem de manobra, alguma liberdade de se formar um catálogo que possua essencialmente livros de reconhecida qualidade literária – ainda que se faça concessões, editando o que não se julga tão bom. É evidente que essa liberdade é quase nula quando se trata de um editor submetido às políticas editoriais dos donos da empresa, os quais nem sempre possuem conhecimento

sobre literatura. Mas, quando se trata de uma empresa em que o editor é o dono, está interessado em boas publicações e não adere ao cinismo de afirmar que tudo o que publica é forçosamente bom, nesse caso podemos nos perguntar até que ponto ele está livre para publicar e não ser excluído do mercado ou ignorado pelo público. Houve editores que conseguiram se manter, ainda que com muitas dificuldades, e publicar o que lhes apetecia, contribuindo para enriquecer o cenário cultural do Brasil. O mais famoso deles foi Ênio Silveira, sobre o qual já falamos anteriormente. Este editor é o exemplo de profissional que foi bem-sucedido nas edições que decidia fazer, por interesses político e de estilo. Mas é interessante observar que Ênio Silveira atuou num período de intenso questionamento político, e suas publicações supriam a uma necessidade de informação dos setores mais intelectualizados do público leitor. Atualmente é preciso investigar se essa necessidade ainda existe, se o contexto histórico em que vivemos hoje (não extremamente diferente do de 40 anos atrás, mas sem a singularidade da Guerra Fria e suas posições ideológicas) permite que surjam novos “Ênios Silveiras”, por assim dizer, ou se o nosso contexto atual só é capaz de fabricar editores e editoras comerciais, defensores todos do *best-seller* e da auto-ajuda.

A voracidade do mercado se estende, então, a todos os setores da produção editorial. A permanente apatia do grande público leitor, condicionado que está pelo modo de vida das sociedades de massa, contribui em certa medida para essa realidade.

2.4 Literatura

A literatura não é apenas ficção. Uma das interpretações mais ricas que se tem sobre ela é a de constituir um olhar sobre a vida de pessoas reais traduzido em histórias de personagens inventados. Mas trata-se, sobretudo – deixemos em segundo plano, nesse momento, as questões de estilo e escrita –, de tratados sobre a natureza humana e as relações que estabelecem os indivíduos. Nesses tratados, autênticas descrições sobre variados tipos de personalidade ou caráter, os melhores e mais perspicazes autores são capazes de embutir questões filosóficas verdadeiramente ricas e discutem, nos meandros de suas histórias, temas como amor, justiça social, morte. Tal é a concepção de literatura

presente neste trabalho e por cuja essência nortearmos os julgamentos do que vem a ser um livro “bom” ou “ruim”.

A qualidade do texto literário

O que classificamos como a principal característica que define a qualidade literária de um texto é o fato de o autor colocar-se em sua escrita, no sentido de que, ao escrever uma obra de ficção, exprime sua análise sobre uma realidade objetiva. Conforme nos demonstra Bourdieu², o autor francês Gustave Flaubert, no ato de escrever a história de Frédéric, em *A Educação Sentimental*, marca uma posição, define e exprime a sua postura em relação a uma realidade social dada.

Um dos objetivos deste trabalho é observar que, atualmente, os autores de ficção renunciam a essa expressão de si – a qual observamos em Flaubert. Por que isso ocorre? Como os mecanismos da indústria, sobretudo da indústria cultural, podem ser tão fortes a ponto de um autor crer que é mais fácil lançar o mesmo livro já lançado por outros, e escrever o que todos já viram, do que escrever algo de próprio, de si, algo sobre o que possa ter certeza e, com essa atitude, contribuir para o mundo, no sentido de dar algo singular, generosamente, sem pretender que os ganhos (glória ou bens) sejam a motivação primeira do ato de escrever?

Contudo, os autores que precisam publicar para manterem-se no seio da indústria cultural devem submeter-se à lei de mercado. A venda é o objetivo primeiro desse organismo. Sair desse paradigma comercial significa arriscar-se, o que não convém aos padrões da empresa editorial. Esta necessita sempre de uma reprodução do mesmo, ou seja, repetir sempre a mesma fórmula de sucesso – a qual não saberia definir – sob pena de obter um decréscimo em suas vendas, caso essa repetição não seja levada em conta.

Há uma frase de Proust na qual ele afirma que é apenas na literatura que podemos viver livremente. Não ousaremos aqui tentar explicar o sentido desta frase, ou o que ele pretendeu dizer. Mas serviu-nos, antes, como mais um estímulo para a reflexão do tema

² BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*, 1996.

deste trabalho. Poderíamos pensar que não há expressão total de si fora da literatura? É certo que não poderemos nos expressar plenamente numa realidade social que nos é imposta. Todas as determinações sociais, em que estamos imersos desde o nascimento, restringem os diversos impulsos pessoais que poderíamos desenvolver num ambiente completamente livre de barreiras. Poder-se-ia, por exemplo, dizer que poderia ter tempo ou condições de aprender a pintar - e viver apenas da pintura - um jovem que vive em condições materiais precárias, as quais determinam que trabalhe oito horas de seu dia numa fábrica? Essa é a linha de raciocínio seguida quando levantamos a questão da liberdade e da expressão. Poder-se-ia dizer também que um jovem autor, que conseguiu algum espaço no meio editorial, poderia fazer algo muito diferente do que os autores lidos de sua geração têm feito?

A indústria editorial e seus critérios de decisão

A crítica que os autores citados ao longo deste trabalho fazem à literatura de massa é que, quando se publica nesse meio, não se pode expressar-se livremente, não há expressão de fato. Há que se seguir uma fórmula, há de se publicar sempre o mesmo. Ou seja, o que definimos neste trabalho como sendo a qualidade literária máxima – a saber, a expressão de si mesmo, o autor colocado em sua obra – permanece ausente da maior parte das obras publicadas cotidianamente.

Mas, quando desenvolvemos a análise por este viés, nos questionamos sobre o problema do reconhecimento da qualidade literária. Seria paradoxal esperar que uma empresa possa avaliar a qualidade de suas publicações nos termos definidos por esses autores, uma vez que o objetivo claro de uma editora é estabelecer-se comercialmente, ou seja, possuir uma estabilidade no mercado que só é possível por meio do crescimento constante da venda de seus livros. Ora, como a venda é o elemento essencial na vida da editora, torna-se evidente que a qualidade de seus livros seja medida antes pelo critério da vendagem que pelo critério da qualidade do texto literário. No entanto, toda editora estável comercialmente mantém a ideologia de que se destina a oferecer trabalhos de qualidade, ideologia sem a qual não seria aceita pelo próprio mercado. O que se quer evidenciar é que,

apesar dessa ideologia, o livro mais bem vendido é de fato o mais valorizado pela empresa editorial, tenha esse livro qualidade literária ou não, isso passou a ser um fator secundário. É claro que há correntes de pensamento que dirão ser a qualidade um conceito subjetivo, e que uma pessoa tem o direito de qualificar como bom ou ruim o livro que bem entender. Dir-se-á ainda que a qualidade do texto é comprovada pelo fato de um livro ser lido por um grande número de leitores – o caso dos *best-sellers* – e que esse fato meramente quantitativo é suficiente para comprovar um conceito qualitativo, isto é, a boa qualidade da obra. Contudo, essas correntes de pensamento não estão, diferentemente dos autores aqui citados e deste próprio trabalho, interessadas em investigar a qualidade literária segundo o critério anteriormente definido – a expressão original (pesquisado na obra de autores como Pierre Bourdieu e Marcel Proust), mas sim segundo as teorias subjetivas de cada leitor.

Além disso, tratando sobre a ideologia do mais vendido, também se poderá questionar a avaliação segundo a qual um livro bem vendido é, apenas por esse fato, um livro de boa qualidade, tendo em vista que as razões pelas quais se tornou muito vendido não estão ligadas à excepcional qualidade de seu texto – com exceção, é claro, de alguns *best-sellers*, como é o caso do autor José Saramago –, e sim a investimentos em marketing, público a que se destina, distribuição etc.

Temos então que não se poderia esperar que uma grande empresa editorial reconheça sempre a qualidade literária de seus livros, ou que possa publicar continuamente apenas obras que correspondam aos requisitos de qualidade estabelecidos pelos críticos literários, posto que uma editora deve sempre aumentar, de certa forma indiscriminadamente, seus títulos publicados, pois, do contrário, correria o risco de não mais sobreviver no mercado.

CAPÍTULO 3 – O *best-seller*

Ao falarmos de literatura, podemos dividir este campo em dois movimentos distintos, ainda que não completamente, mas cujas essências são guiadas por objetivos diferentes. Assim, temos, de um lado, a “literatura culta” e, de outro, a “literatura de massa”. A literatura culta, sobre a qual já delineamos alguns traços no capítulo anterior, representa autores que permanecem, de algum modo, gravados na história das letras em todo o mundo; não trataremos especificamente dela, mas a mantemos neste trabalho como referência e elemento de comparação. A “literatura de massa” é o tema sobre o qual tratará este capítulo.

A literatura de massa, cujos livros normalmente são produzidos para tornarem-se *best-sellers*, é compreendida, em regra geral, sob três pontos de vista, que se relacionam em determinados pontos, mas representam maneiras de pensar distintas: temos o ponto de vista mais antropológico, que procura analisar tais obras de modo imparcial, considerando-as manifestações de um fenômeno social; o ponto de vista mais comercial, que vê a apreciação literária de modo secundário, priorizando o caráter mercantil da produção do livro; e temos, finalmente, o ponto de vista do escritor ou do crítico literário mais radical, por assim dizer, aquele para quem a literatura é um tema em que a qualidade e a arte devem imperar; é um ponto de vista que também compreende o *best-seller* como fenômeno social, mas com a característica de ser um fenômeno que deprecia a linguagem artística literária, em razão dos interesses adversos à arte aos quais tais obras se vêm obrigadas a se adaptar.

Sobre o primeiro ponto de vista, este reconhece as literaturas culta e de massa como movimentos que possuem circuitos de produção e consumo diferentes. Vejamos as palavras do autor Muniz Sodré:

“É importante ter em mente o seguinte: o circuito ideológico de uma obra não se perfaz apenas em sua produção, mas inclui necessariamente o consumo. Em outras palavras, para ser ‘artística’, ou ‘cultura’, ou ‘elevada’, uma obra deve também ser *reconhecida* como tal. Os textos que estamos habituados a considerar como cultos ou de grande alcance simbólico assim são institucionalmente reconhecidos (por escolas ou quaisquer outros mecanismos institucionais), e os

efeitos desse reconhecimento realimentam a produção. A literatura de massa, ao contrário, não tem nenhum suporte escolar ou acadêmico: seus estímulos de produção e consumo partem do jogo econômico da oferta e procura, isto é, do próprio mercado. A diferença das regras de produção e consumo faz com que cada uma dessas literaturas gere efeitos ideológicos diferentes. (SODRÉ, 1988, p. 6)

O best-seller tem uma grande produção em vista da grande demanda de mercado que existe em torno dele. É verdade que essa demanda existe em função do “tipo de matéria narrativa capaz de encantar um público burguês sequioso de entretenimento e emoções fáceis”. (*Id.*, p. 7-8) Mas é também analisando a sua estrutura que entendemos o porquê de tamanho sucesso de público. Assim, o esqueleto de uma narrativa de grande sucesso comercial tem, via de regra, esses três elementos: 1. Mítico; 2. Atualidade informativo-jornalística (ou histórica) e 3. Retórica culta ou consagrada. (*Id.*, p. 8-9) Quanto a seu caráter mítico, a narrativa de massa apresenta personagens arquetípicos, modelos de caráter humano muitas vezes inverossímeis, mas que cativam o gosto popular. Em relação à atualidade informativa, ocorre tanto nos domínios atuais quanto históricos; é a concretização da grande necessidade de informar que se desenvolve desde os dois últimos séculos, uma necessidade que qualquer leitor (em graus diferentes) precisa satisfazer na leitura. Tal atualidade se dá de maneira acessível e simples, a exemplo da linguagem jornalística. E no que diz respeito à retórica, os livros retomam “uma retórica literária, isto é, um modo de escrever, já experimentado ou consagrado pela literatura anterior. Não existe inovação a nível da língua nacional (...) nem renovação estilística de frases.” (*Id.*, p. 9) É nesse ponto que a crítica feita ao best-seller ganha maior força, no sentido de que tais autores são levados pela escrita de outrem, por um estilo pré-definido, por determinações exteriores as suas essências artísticas. Analisando-se sob este viés, o best-seller e sua produção estariam conformes a mais global das correntes de massificação da vida, essa corrente insubstancial e, no entanto, irrefreável da padronização dos gostos e dos modos de viver.

As origens do best-seller são as histórias de folhetim, publicadas com grande sucesso nos jornais do século XIX. Daí o caráter informativo dos romances de grande circulação, e sua semelhança com o texto jornalístico. Estes folhetins, por sua vez,

basearam-se nos primórdios da escrita barroca, iniciada no século XIV, na Europa. Datam dessa época as primeiras adaptações para a prosa de épicos históricos versificados, narrativas que tratavam de feitos heróicos, de peripécias e aventuras marítimas. No entanto, nem todo romance de folhetim foi realizado somente para atender ao gosto do grande público. A esse respeito é importante fazer uma ressalva:

(...) é preciso particularizar que, no Brasil, muitas vezes os romances eram publicados em jornal devido às dificuldades técnicas para a edição de livros. Como não raro o livro era impresso fora do país (Lisboa, Porto, até mesmo Paris), o jornal apresentava-se como solução. Romances que nada tinham de folhetinesco em sua estrutura textual podiam, assim, ser publicados em jornal (por exemplo, *Memórias Póstumas de Brás Cubas*, de Machado de Assis) e não ter nenhum sucesso de público. (*Id.*, p. 12)

Os textos folhetinescos possuíam a característica de preencher uma necessidade comercial, uma necessidade do jornal em atrair ou manter um grande público, com a exceção (feita acima) de poucos autores que publicavam nos periódicos. Desse modo, era preciso agradar ao gosto dos leitores, manter sua atenção, mais que qualquer outra coisa. Alguns desses textos apresentavam aspectos presentes na literatura “cultura”, assim como esta literatura por vezes também possui aspectos da literatura de “massa” (Balzac, por exemplo, era muito informativo, fornecendo muitos dados acerca do modo de vida burguês de sua época). No entanto, em vista dos critérios estabelecidos no capítulo 2 e com base nos autores citados, podemos traçar algumas diferenças entre as duas literaturas, ainda que ambas possuam características comuns. Em primeiro lugar, os autores obrigados a seguir o padrão dos textos folhetinescos não poderiam seguir seu próprio estilo original (porventura, inovador), pois, como já foi dito, precisavam se orientar, para garantir seu próprio sucesso, pelo estilo das histórias que já eram reconhecidamente bem-sucedidas no sentido comercial. Não havia muita abertura para se publicar idéias e textos muito diferentes dos já publicados, a menos que se tivesse outra prioridade que não a da conquista do grande público. De certo modo, essa característica do campo literário perdura até hoje. Além desse fator, há outra diferença importante entre as duas literaturas: a literatura de “massa” pode

contar uma história informativa, com muitas emoções e reviravoltas ao longo da narrativa, mas sua essência consiste em informar e entreter o leitor, sem que um projeto artístico exista ou seja o seu objetivo principal; a literatura “cultura”, por outro lado, também informa e entretém o leitor, mas o objetivo de seus autores não era “*apenas contar* uma história, para comover ou informar, mas produzir um *sentido de totalidade* com relação ao sujeito humano” (Id., p. 14).

Para marcar essa diferença, alguns autores sentiram-se impelidos a esclarecer bem qual era o papel do escritor, segundo sua opinião, e manifestaram sua posição de *artistas*. Estes, ainda de acordo com os critérios de originalidade e expressão abordados neste trabalho, reivindicaram a necessidade de se fazer a arte pela arte, o que queria dizer retirar de cima dela o peso sufocante do mercado.

“A partir de Gustave Flaubert (...) o escritor, mais do que nunca, revela-se como *artista*. Ele deixa de escrever por uma causa externa e valoriza fortemente o próprio *ato de escrever*. O escritor é agora um *virtuoso*, sua arte é maior do que a história contada, ele se confunde com seu próprio ato criador (...). Não se trata tanto de observar onipotentemente a sociedade (Balzac), mas de descrevê-la a partir de um **estilo pessoal**”. (Id., p. 14) (Grifo nosso)

A doutrina da arte pela arte não exclui forçosamente a função social da arte (exclui sua função comercial), embora tenha existido uma corrente desta doutrina que elaborou uma teoria negativa sobre a arte, segundo a qual a arte rejeita toda função social, assim como qualquer determinação objetiva.

O desenvolvimento dos textos dos folhetins do século XIX deu origem à ampla variedade de livros *best-seller* que existe hoje nas livrarias. No entanto, paralelamente à produção dessa literatura produziu-se um movimento de crítica e análise de sua consistência, feito por críticos literários e afins. Estes apregoam, com base em suas análises comparativas e posições ideológicas, que a literatura de *best-seller* se coloca alheia às reivindicações artísticas e pretende se legitimar pela quantidade de leitores a que agrada, ou ao caráter utilitário de suas obras, como é o caso de muitos livros catalogados no estilo da

auto-ajuda. Sua maior tática é explorar a curiosidade do público, apesar de inserir em seu enredo elementos de crítica social:

“O texto de massa é precisamente o tipo de produto capaz de espicaçar a ‘curiosidade universal’: crime, amor, sexo, corpo, aventura etc., são alguns dos significados constantes, associados a informações trazidas no bojo das novidades técnico-científico-culturais. Esses conteúdos (significados constantes e informações atualizadas) associados às imagens suscitadas pelo emprego do mito – responsável por toda uma gama de identificações projetivas – constituem o material de consumo do leitor”. (Id., p. 17)

Não é completamente incompreensível que esse fenômeno ocorra, isto é, que a literatura dita *comercial* ganhe cada vez mais espaço, uma vez que as editoras e livrarias estão cada vez mais inseridas, como empresas que são, no seio da lógica de venda constante a um público crescente. Essa é, provavelmente, a determinação objetiva mais forte que influencia na produção dos *best-sellers*. No entanto, não seria razoável que toda essa produção tivesse lugar sem que o campo literário e os próprios leitores pudessem realizar análises qualitativas em torno do *best-seller* ou opor a ele verdadeiras objeções.

Uma das objeções mais categóricas que se faz ao *best-seller*, conforme vimos até aqui, é que ele não prioriza a questão da língua, ou do estilo, nem mesmo a reflexão sobre a arte do romance. Sua estrutura pode ser frágil ou pouco engenhosa, mas ainda sim é visto com bons olhos pelas editoras. “É o mercado, e não a escola, que preside às condições de produção do texto” (Id., p. 15).

Bibliografia:

ABREU, Márcia. “Impressão Régia do Rio de Janeiro: novas perspectivas”. Rio de Janeiro: I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial, realização: Fundação Casa de Rui Barbosa, UFF/PPGCOM e UFF/LIHED, 8 a 11 Nov/2004.

ALTHUSSER, Louis. *Posições*. Lisboa: Horizonte Universitário, 1977.

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BOURDIEU, Pierre. *As Regras da Arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

BRAGANÇA, Aníbal. “Por que foi, mesmo, revolucionária a invenção da tipografia? O editor-impressor e a construção do mundo moderno”. Salvador, BA: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 1 a 5 Set/2002.

COHN, Gabriel (Org.). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Editora Nacional, 1978.

EARP, Sá Fábio e KORNIS, George. *A economia da Cadeia Produtiva do Livro*. Rio de Janeiro: BNDES, 2005, 176p.

GOYTISOLO, Juan. “Literatura y mercado”. 02/2007.

In: http://www.elpais.com/articulo/narrativa/Literatura/mercado/elpepuculbab/20070203elpbabnar_9/

Tes (acesso em: 31/03/07)

HOBSON, John A. *A Evolução do Capitalismo Moderno*. São Paulo: Abril Cultural, 1985.

LIPOVETSKY, Gilles. *A Felicidade Paradoxal*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Império*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SODRÉ, Nelson Werneck. *O que se deve ler para conhecer o Brasil*. São Paulo: Círculo do Livro, s/a.

SODRÉ, Muniz. *Best-seller: a Literatura de Mercado*. Rio de Janeiro: Ática, 1985.

MARTINS, Wilson. *A Palavra Escrita*. São Paulo: Ática, 1998.

TODOROV, Tzvetan. “Linguagem e Literatura”. *In: A Controvérsia Estruturalista*. São Paulo: Cultrix, 1972.

WALLERSTEIN, Immanuel. *Capitalismo Histórico e Civilização Capitalista*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2001.

Entrevista à editora Sílvia Leitão.

- Quais são as suas visões sobre a literatura como leitora e do ponto de vista editorial?

Literatura: obra que pode ser classificada de acordo com o gênero. Temos então literatura de ficção, não-ficção, poesia. Como leitora, desejo o texto bem estruturado e prazeroso. Editorialmente, encaminho o texto para passar por todos os processos de edição e produção, e ainda devo analisar se é economicamente viável.

- Como editora, até que ponto você pode publicar o que julga interessante?

O Grupo Record publica 350 títulos novos por ano. Trabalho em uma das editoras do Grupo (Edições BestBolso, responsável por publicar em formato bolso clássicos e best-sellers do Grupo – para livrarias e algumas bancas de jornal) e coordeno a produção de 60 novos títulos anualmente. As publicações que lanço já foram editadas em formato *trade* e já foram testadas no Brasil, não são textos inéditos. São livros conhecidos do público e com grande expectativa de retorno financeiro. Livros interessantes, com certeza.

- De que forma você vê a publicação do best-seller?

Best-seller: gênero específico (Sidney Sheldon, Agatha Christie) que vende sempre, também chamado de long-seller. Best-seller: título específico que vende rapidamente em grande quantidade (*O código da Vinci*), mas com vida curta. Sou favorável ao long-seller, para formar um bom catálogo de sustentação para a editora.

- Na sua opinião, qual é a tendência para o futuro das publicações de textos literários?

A literatura continuará a ser publicada, com tiragens condizentes com a população leitora de cada país e seu respectivo poder aquisitivo. No Brasil, se continuarmos a ser um país de baixa renda e baixa escolaridade, o principal mercado da literatura continuará a ser o segmento escolar, onde a leitura de literatura é obrigatória.

Entrevista com o editor Eduardo Salomão (Imago editora).

- Quais são as suas visões sobre a literatura como leitor e do ponto de vista editorial?
(Lembramos que queremos dizer especificamente o romance característico da literatura em prosa ocidental, o texto de ficção.)

Você tocou em uma das minhas grandes dificuldades: separar o leitor do editor. Um dos maiores riscos do negócio editorial é usar apenas o coração para decidir pela publicação ou não de uma obra. Eu não acredito que um editor possa conseguir manter sua editora publicando apenas aquilo do que gosta.

O paradoxo desta situação é que os grandes sucessos editoriais são fruto (com frequência) de alguma projeção pessoal do editor. Se um editor aposta em uma obra "diferente", e ela acontece, então ele é sensível, ele conhece o mercado, é eficiente. Se ele não acerta com esta obra "diferente", ele então simplesmente não sabe o que faz ...

Mas a editora não vive apenas de seus grandes sucessos. É preciso conseguir uma acerta alguma coisa. Não é preciso acerta um livro de 50.000 cópias, podemos fazer dinheiro/sucesso com 10 livros de 5.000 exemplares. Aliás, esta é a proposta da IMAGO.

Vale lembrar que, quando avaliamos um original de não-ficção, é possível usar outros elementos para tomar uma decisão. Na ficção, apenas a subjetividade.

- Como se desenvolve a seleção de livros de literatura na Imago? Como são escolhidos os livros que serão publicados? A editora de algum modo tenta priorizar autores nacionais ou de escrita inovadora?

A IMAGO está aberta, para receber tanto originais apresentados por autores, quanto obras apresentadas por editoras estrangeiras ou agentes literários. Para selecionar um livro, avaliamos a sua proposta e depois procuramos saber se o autor conseguiu desenvolver o tema proposto de forma interessante.

Nesse sentido não há porquê priorizar o autor nacional ou estrangeiro. A prioridade é para o livro com potencial comercial.

- De que forma você vê a publicação do best-seller?

O best seller é um prêmio para o editor e para a editora. A alma do editor se enche de alegria, enquanto o caixa da editora se arruma, para financiar outros projetos editoriais.

Estamos todos à procura do best seller perdido ...

- Na sua opinião, qual é a tendência para o futuro das publicações de textos literários?

Essa coisa de "tendência" é a perseguição do sucesso, tendo como modelo a reprodução do sucesso-original. O que acaba cansando.

Todos os grandes sucessos editoriais representaram idéias originais, portanto o futuro da publicações de textos literários está diretamente ligado ao futuro de seus autores, seus contextos sociais e sua evolução.

O inédito escapa da tendência.

Entrevista com a editora Sílvia Leitão (Editora Record).

- Quais são as suas visões sobre a literatura como leitora e do ponto de vista editorial?

Literatura: obra que pode ser classificada de acordo com o gênero. Temos então literatura de ficção, não-ficção, poesia. Como leitora, desejo o texto bem estruturado e prazeroso. Editorialmente, encaminho o texto para passar por todos os processos de edição e produção, e ainda devo analisar se é economicamente viável.

- Como editora, até que ponto você pode publicar o que julga interessante?

O Grupo Record publica 350 títulos novos por ano. Trabalho em uma das editoras do Grupo (Edições BestBolso, responsável por publicar em formato bolso clássicos e best-sellers do Grupo – para livrarias e algumas bancas de jornal) e coordeno a produção de 60 novos títulos anualmente. As publicações que lanço já foram editadas em formato *trade* e já foram testadas no Brasil, não são textos inéditos. São livros conhecidos do público e com grande expectativa de retorno financeiro. Livros interessantes, com certeza.

- De que forma você vê a publicação do best-seller?

Best-seller: gênero específico (Sidney Sheldon, Agatha Christie) que vende sempre, também chamado de long-seller. Best-seller: título específico que vende rapidamente em grande quantidade (*O código da Vinci*), mas com vida curta. Sou favorável ao long-seller, para formar um bom catálogo de sustentação para a editora.

- Na sua opinião, qual é a tendência para o futuro das publicações de textos literários?

A literatura continuará a ser publicada, com tiragens condizentes com a população leitora de cada país e seu respectivo poder aquisitivo. No Brasil, se continuarmos a ser um país de baixa renda e baixa escolaridade, o principal mercado da literatura continuará a ser o segmento escolar, onde a leitura de literatura é obrigatória.

Considerações finais

O estudo realizado, apesar de apenas introduzir um tema bastante amplo e controverso, pretendeu lançar um olhar sobre o ato de se publicar um livro de literatura. Além disso, procuramos entender de que modo a indústria do livro, sendo uma indústria cultural, vê a literatura, como o editor de livros se posiciona nesse contexto e, ainda, como se desenrola a produção da literatura de mercado.

Por meio dessa análise, procuramos expressar uma certa ambigüidade que caracteriza a indústria editorial. De um lado, ela tem interesse em transmitir cultura, conhecimento e arte, através de textos de reconhecida qualidade, ou seja, através do livro cujo valor estaria em seu conteúdo mesmo. Junto a isso, no entanto, a produção editorial também necessita priorizar o caráter comercial de sua atividade; precisa publicar textos que nem sempre estão de acordo com seu ideal de transmitir a arte (por não apresentarem, esses textos, valores artísticos em sua essência), ou precisa, de algum modo, associar a arte literária ao caráter massivo do consumo de livros, atribuir qualidade ao produto-livro que é feito para a venda (*best-seller*), em suma, uma editora precisará produzir livros de cultura de massa (contexto no qual estamos inseridos) do mesmo modo que produz livros de caráter mais refinado e julgar, dentro de suas possibilidades, que tipo de literatura irá priorizar. Acreditamos também que todo o processo descrito, especialmente a produção do *best-seller*, é causado, entre outras coisas, pela grande recepção que tem o público leitor em relação às obras literárias de caráter mais comercial. Tal recepção, apesar de constituir uma das preocupações que permeia o trabalho, necessita de um estudo mais amplo e específico, o qual poderia, eventualmente, ser realizado em um trabalho futuro.

Em vista do panorama exposto, é inevitável que nos façamos a pergunta sobre se seria realmente possível comercializar a arte.