

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**A tela e o miolo: a influência da mídia eletrônica  
na construção do mercado editorial brasileiro**

Luiz Maurício Azevedo Silva

Prof. Dr. Antônio Hohlfeldt  
Orientador

Dissertação apresentada para a banca de defesa como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Práticas profissionais nas mídias e comunicação nas organizações.

Porto Alegre, 2009

## Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

**S677a** Silva, Luiz Maurício Azevedo  
A tela e o Miolo: a influência da mídia eletrônica na  
construção do mercado editorial brasileiro / Luiz  
Maurício Azevedo Silva – Porto Alegre, 2009. 124 f.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) –  
Faculdade de Comunicação, PUCRS.  
Área de Concentração: Práticas sociopolíticas nas  
Mídias e Comunicação nas Organizações. Orientação:  
Prof. Dr. Antonio Hohlfeldt.

1. Comunicação. 2. Mercado Editorial.  
3. Edição. 4. Mídia eletrônica.

I. Hohlfeldt, Antonio. II. Título.

**CDD 302.2**

**RESUMO:** A presente dissertação tem como objetivo analisar se as iniciativas midiáticas eletrônicas constroem um novo modelo de mercado editorial no Brasil. O que se almeja não é definir o quanto e por que a mídia eletrônica interfere, mas como e onde sua interferência pode se fazer eficiente como parte de uma engrenagem cultural da qual é, a um mesmo tempo, motora e passageira. Essa dissertação é sobre a influência da internet, cinema e televisão na produção editorial brasileira. E influência não é domínio, é tão somente interação, intersecção, contato. A metodologia utilizada será a revisão bibliográfica sobre o tema e o uso de depoimentos obtidos junto a membros dos setores de produção editorial.

**ABSTRACT:** The following dissertation analyze if the media initiatives build a new model of editorial market in Brazil. The point here is not why the media electronic interferes, but where its interference appears as part of a cultural gear. This dissertation is about the influence of the internet, cinema and television on the editorial production; and influence it is not domain, is only interaction, intersection, contact. The adopted methodology was the bibliographic revision about the theme and also testimonials obtained from members of the book scene in Brazil.

That's the end of the world as we know it.  
And I feel fine.

R.E.M

## AGRADECIMENTOS

Escrever uma dissertação é um exercício de humildade que poucas vezes um jovem romancista é compelido a realizar. Revelar fontes, esmiuçar argumentos, fotografar as engrenagens de seu próprio pensamento são operações muito custosas para quem ganha a vida fazendo truques linguísticos. Nessa caminhada, o nome de **Antônio Hohlfeldt** foi fundamental. Como orientador, ele ofereceu todas as ferramentas necessárias para transformar convicções subjetivas em argumentos razoáveis.

Além dele, outras figuras contribuíram direta e indiretamente para este desfecho. São elas:

**Sonia Maria Azevedo da Silva**, que vê Deus onde eu só vejo vento.

**Ediliane de Oliveira Boff**, que me encerra.

**Juremir Machado da Silva**, que me mostrou o caminho quando ninguém queria me mostrar o caminho.

**CNPq**, porque para nós não existe almoço grátis.

Evidentemente, há mais nomes. Contudo, creio que a presença dessas cinco peças preencha, por completo, o tabuleiro.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	08
2. O LIVRO NO BRASIL: HISTÓRIA E PROBLEMATIZAÇÃO.....	16
3. DANIEL GALERA: UM AUTOR EM TRÊS TEMPOS.....	60
4. DUAS TELAS.....	83
5. CONCLUSÃO.....	100
REFERÊNCIAS.....	121
ANEXOS.....	124

## INTRODUÇÃO

Quando se pretende observar atentamente os fenômenos culturais que caracterizam uma sociedade, deve-se primeiro assumir o compromisso de descrever, em vez de prescrever. É um desafio que o pesquisador necessita aceitar com grande resignação e igual empenho.

A presente dissertação, no esforço de observar tal pressuposto, utiliza uma metodologia essencialmente composta por pesquisa bibliográfica. Para a composição do referencial teórico destacam-se, dentre outras obras: *Teoria da literatura de massa*<sup>1</sup>, *Dialética do esclarecimento*<sup>2</sup>, *O espírito do tempo*<sup>3</sup>, *Apocalípticos e integrados*<sup>4</sup>, *O negócio dos livros*<sup>5</sup> e *As regras da arte*<sup>6</sup>. Elas serão utilizadas para a iluminação do objeto em questão: a relação dos produtos midiáticos eletrônicos com o mercado editorial de livros brasileiros.

As iniciativas midiáticas eletrônicas mudam o cenário dos mais vendidos e constroem um novo modelo de mercado. Para auferir como essa relação ocorre, serão investigadas as relações entre a internet e a edição de livros, através da trajetória profissional do escritor Daniel Galera; e, ainda, os processos de adaptação de livros para a indústria cinematográfica ou televisiva.

Há, portanto, dois blocos nessa análise: um, de pesquisa bibliográfica sobre influência entre mídias e outro de especulação sobre a natureza do mercado que se desenha para o futuro. O que se pretende aqui é verificar se há influência entre mídia eletrônica e produção de livros

---

<sup>1</sup>SODRÉ, Muniz. *Teoria da literatura de massa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

<sup>2</sup>ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

<sup>3</sup>MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense-universitária, 1987.

<sup>4</sup>ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2006.

<sup>5</sup>SCHIFFRIN, André. *O negócio dos livros*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

<sup>6</sup>BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.



no Brasil.

A multiplicidade dos agentes selecionados para análise se justifica pela trajetória distinta de tais objetos. A internet, *já*, a televisão, *ainda*; e o cinema, por *enquanto*, concentram as principais materializações da mídia eletrônica atual. Não será analisado, nessa dissertação, o rádio, devido à coadjuvância de seu papel na formação de mercado editorial brasileiro. Embora se reconheça o papel social de tal veículo, não há dados nem indícios bibliográficos que possibilitem a análise do impacto de suas produções na edição de livros.

Os critérios de escolha para as obras foram: o de relevância para o meio; o da possibilidade de relação da obra com outras mídias eletrônicas; e, por fim, o prestígio por parte dos editores nacionais em relação à obra em si ou ao seu produtor.

Ao final desse trabalho, o que se almeja não é definir o quanto e por que a mídia eletrônica interfere, mas como e onde sua interferência se faz eficiente como parte de uma engrenagem cultural da qual é, a um mesmo tempo, motora e passageira.

Quanto à estrutura, essa dissertação está dividida em três capítulos:

O primeiro é dedicado à história do livro, sua situação atual no Brasil, e à exposição do referencial teórico, embora tenha-se optado por estender os apoios da teoria ao longo dessa dissertação, e não somente neste capítulo. Ainda no primeiro capítulo, serão tratadas as questões relativas às escolhas conceituais sobre o funcionamento do mercado editorial e sua representação mais visível: *o best seller*. Serão abordados tanto o *best seller* oriundo da indústria cultural de massas, quanto o *best seller* aqui denominado *cult seller* – que é fruto de um esforço de diferenciação social dos setores da cultura.

O segundo capítulo é inteiramente dedicado ao escritor Daniel Galera e simbolizará as relações entre a internet e a literatura brasileira. Já o terceiro, é dirigido ao projeto **Quadrante**, e tem como objetivo analisar as relações entre a televisão, o cinema e o mercado editorial.

A primeira versão desse trabalho fazia referência à formação do atual *best seller* brasileiro. Posteriormente, optou-se por substituir os termos *formação* e *best seller* por *construção* e *mercado editorial*, respectivamente. O motivo da mudança foi essencialmente: a necessidade de adequar os instrumentos teóricos aos objetos que se pretende analisar aqui. O título anterior conduziria o leitor para uma concepção que difere daquela desejada pelo autor dessa análise. Ora, o objeto dessa dissertação não é o *best seller*, mas a influência da mídia eletrônica sobre o mercado editorial que, por vezes, resulta em *best sellers*, mas isso não é necessariamente a trajetória natural das relações entre mídia e literatura. Por sua natureza imaterial, optou-se por montar uma estratégia de compreensão dos efeitos resultantes dela. Esses efeitos podem ser tanto as vendas dos livros escolhidos para análise, quanto à tematização bibliográfica dessas obras.

O fator decisivo na escolha dos títulos foi a possibilidade de comprovação bibliográfica da influência da mídia eletrônica na construção das obras mais vendidas. O objetivo, aqui, é compreender como o mercado editorial se constrói e como a mídia eletrônica dialoga com ele, procurando intervir na sua condição e alterando sua evolução.

Essa dissertação é, portanto, sobre a influência da internet, cinema e televisão na produção editorial brasileira. E influência não é domínio, é tão somente interação, intersecção, contato.

Os capítulos, aqui apresentados, constituem-se em elementos de prova necessários ao exame minucioso do assunto. Isolados, significam

indícios; juntos, formam um *corpus* que representa a prova dos interesses da mídia eletrônica no campo da literatura.

O subtítulo de uma das obras do editor André Schiffrin, *Negócio dos Livros*, é “Como as grandes corporações decidem o que você lê”<sup>7</sup>. Esse trabalho difere dessa premissa e se dedica a estudar como o conglomerado de mídia eletrônica constrói o que merece ser lido. Conceitos de *manipulação*, *inculcação* ou *ideologização* de leitores serão citados apenas como forma de se garantir a manutenção da boa prática das referências científicas.

A hipótese levantada aqui é que a mídia eletrônica contribui para o estabelecimento de uma nova configuração do mercado editorial brasileiro. Isso não significa que todo *best seller* seja uma construção da mídia eletrônica, nem tampouco que a mídia eletrônica é capaz de, por si só, forjar um *best seller*. O papel desta dissertação é somente descrever alguns momentos em que a influência de uma (mídia eletrônica) se faz presente e se torna fenômeno no campo da outra (edição de livros).

Uma revisão bibliográfica sobre o mercado editorial no Brasil logo encontra publicações a respeito da literatura de Paulo Coelho. Autor brasileiro mais publicado no mundo, Coelho contabiliza 100 milhões de livros vendidos<sup>8</sup> e é alvo de diversas obras que dispõem a inventariar as razões de seu sucesso editorial. O mais ambicioso é *Por que Paulo Coelho fez sucesso*<sup>9</sup>, de Mário Maestri, onde o autor procura elencar as características folhetinescas da obra do escritor. Não será o caso aqui. Indicar as razões estéticas para as escolhas dos leitores não é uma preocupação desse estudo. Contudo, não é desprezível o fato de que o *best seller* seja o ponto mais pungente do mercado editorial da atualidade. E é justamente por isso que o primeiro capítulo é, em grande parte,

---

<sup>7</sup>O subtítulo existe somente na edição brasileira.

<sup>8</sup>Dados informados pelo *site* [www.globo.com](http://www.globo.com), acessado em 19/09/2008.

<sup>9</sup>MAESTRI, Mario. *Por que Paulo Coelho fez sucesso*. Porto Alegre: AGE, 1998.

dedicado a ele. O momento máximo de interação entre mídia e literatura é quando uma produção midiática eletrônica consegue contribuir para que uma obra se transforme em *best seller*.

No ano de 2008, completaram-se duzentos anos da vinda da Família Real ao país. Dois séculos depois de a prensa ser liberada na então colônia, o Brasil ostenta 611 editoras registradas na Câmara Brasileira do Livro, o que demonstra a relevância sociopolítica desse mercado e, por conseguinte, desse estudo. Optou-se por seguir a ordem cronológica de formação do sistema editorial brasileiro para reforçar o progresso da cultura formal e da indústria de edição de livros no Brasil.

Entender-se-á o termo *best seller* como sendo uma obra de grande relevância para o mercado editorial e que ostente índice de comercialização constante. Nesse sentido, *best seller* não é, portanto, uma obra definida a partir da presença de certas características estéticas (*happy end*, confirmação das expectativas do leitor) mas, sim, todo o livro que, produzido sob as circunstâncias socioeconômicas do capitalismo atual, seja utilizado pelos grandes conglomerados de comunicação para fortalecer e ampliar suas relações com os indivíduos dessa sociedade.

Para a maior parte dos teóricos, a literatura de massa, à qual uma concepção do *best seller* está filiada, seria uma *pára-literatura* ou, ainda, mais severo, uma *anti-literatura*. Essas questões sobre a qualidade estética das obras mais vendidas ultrapassam as ambições de uma dissertação de mestrado sobre a produção de livros e por isso são mencionadas aqui apenas como forma de iluminar os limites desse trabalho.

Essencialmente, o estágio de desenvolvimento do sistema capitalista e sua face mais evidente – o consumo – dividirão as atenções com os temas culturais pertinentes a este trabalho. Afinal, o consumo de livros não pode ser visto como uma atividade isolada de seu contexto

socioeconômico<sup>10</sup>. A economia concentra no preço a parte mais democrática do sistema livreiro. Sai o leitor e entra o consumidor.

As repercussões da evolução do capitalismo no processo de edição de livros foram significativas. A maior delas foi a substituição da figura do mecenas pela do consumidor. Enquanto o primeiro deseja colar-se à obra, grudar na possibilidade de perpetuação além da vida orgânica, o segundo aspira à satisfação imediata, direta, urgente<sup>11</sup>.

Tudo isso tem reflexo direto da dicotomia que toda editora representa. De um lado, precisa suportar o peso dos encargos de uma empresa; pelo outro, se sente compelida a atender às demandas do meio cultural. Assim, a essência do sistema literário é a tensa relação entre presente e futuro; entre aposta e certeza; ousadia e tradição.

É da natureza do processo literário obedecer majoritariamente à demanda econômica. Contudo, é preciso que separemos, ao menos para efeito de especulação, a cultura e o mercado financeiro. A diferença fundamental entre eles não está na configuração atual de uma ou de outra; pelo contrário, atualmente, as duas se confundem em inúmeros aspectos. As duas possuem dimensões simbólicas. As duas se esforçam para responder às demandas das massas, embora elas mesmas sejam parte dessa demanda. A diferença principal está na vocação de cada uma

---

<sup>10</sup>Na Inglaterra, o encontro mais turbulento entre diretrizes de mercado e cultura aconteceu durante o governo de Margareth Thatcher, no período de 1979 a 1990, conforme André Schiffrin: "A ênfase de Thatcher em dinheiro e valores de mercado ecoou no próprio mercado de livros. Os novos chefes que assumiram os maiores grupos, como a Reed Eslevier e a HarperCollins, rápida e violentamente expressaram seu desprezo pelos valores refinados de seus predecessores. Como Vitalne, na Random, eles quiseram deixar claro desde cedo que não se importavam com os antigos padrões intelectuais e culturais. Estavam lá para ganhar dinheiro e apenas para isso"(SCHIFFRIN, André. *O negócio dos livros*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006, p. 120).

<sup>11</sup>O empresário em matéria de produção cultural deve reunir uma combinação inteiramente improvável, em todo caso bastante rara, do realismo, que implica concessões mínimas às necessidades econômicas denegadas (e não renegadas) e da convicção "desinteressada" que as exclui" (BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p.171).

delas. Enquanto uma tem caráter individual (Economia), a outra possui objetivo coletivo (Cultura). Pode-se argumentar, no entanto, que o impulso econômico existe como meio de obter melhor benefício entre os demais. Assim, cada fazer econômico seria a tradução simbólica da premissa da seleção natural<sup>12</sup>.

Uma lógica econômica é baseada na relação direta de estímulo e resposta; o objetivo imediato de uma editora é servir seu mercado; produzir de maneira mais rápida, eficiente e barata aquilo que os leitores vão adquirir. A economia lida com os mecanismos de desejo e satisfação dos indivíduos; enquanto a cultura é o que determina a formação de tais mecanismos. De um lado, estão as estratégias econômicas, assumindo com voracidade sua condição de eventos sociais. De outro, estão os imperativos culturais, rendendo-se, constrangidos, a uma lógica que também ajudaram a construir. Equilibrar essas duas funções é a chave para um sistema literário eficiente e eficaz. O *best seller* é o momento em que essas duas instâncias – economia e cultura – se encontram com visibilidade.

Os livros de massa são passaportes, diferenciadores sociais que permitem a quem os compra ingressar no mundo cultural da sociedade de massa. Em outras palavras, o leitor não compra um livro porque é bom ou ruim, mas porque é o mais vendido. Sob o mesmo raciocínio, os livros *cult* realizam a distinção social necessária para a construção de uma identidade superior à das demais. Nesse caso, o leitor não compra tais obras porque são boas ou ruins, mas porque são editadas no local que indica o prestígio caro a esse público específico<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup>Evidentemente trata-se de uma concepção liberal.

<sup>13</sup>“Enquanto a recepção dos produtos ditos comerciais é mais ou menos independente do nível de instrução dos receptores, as obras de arte puras são acessíveis apenas aos consumidores dotados de disposição e da competência que são a condição necessária da sua apreciação” (BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p.169).

Esta é uma dissertação sobre fenômenos midiáticos recentes de uma sociedade em constante transformação. Isso significa afirmar que quando um conceito, encontrado na bibliografia utilizada, não satisfizer às exigências do objeto, será elaborado um novo conceito eficaz.

Esse é o caso do termo *cult*. Mencionado somente como um sinônimo de obra cultuada, aqui ele será abordado como toda obra que apresente índices de venda relevantes e se constitua em símbolo das tribos intelectuais na sociedade de consumo.

Ao mesmo tempo em que se reconhece a natureza retrospectiva de uma dissertação, reafirma-se aqui a necessidade argumentativa desta análise. Portanto, ainda que algumas posições expressas ao longo desse trabalho não encontrem pares na bibliografia publicada sobre o tema, tentar-se-á permanecer com o compromisso acadêmico de expô-las em sua totalidade. Isso pode ocorrer especialmente no momento em que for necessário abordar a estrutura dos novos dispositivos de acesso às mídias eletrônicas, cujo referencial teórico, embora crescente, ainda se mostra embrionário:

É, portanto, uma diligência de cunho libertário que se vai empreender. Fazer escola é fácil e aborrecido; bem mais fecundo é trabalhar pela liberdade do olhar. É ela a um só tempo insolente, ingênua, trivial e incômoda, mas abre brechas e permite intensas trocas, algo inimaginável para uma mentalidade de mercadorias e burocratas. Insolência do pensamento, bem se vê<sup>14</sup>.

Não se trata somente de independência teórica, mas de um profundo comprometimento intelectual, sem o qual o pensamento não pode migrar do estado de mera reprodução para o de efetiva utilidade.

---

<sup>14</sup>MAFFESOLI, Michel. *O Conhecimento comum*. Porto Alegre: Sulina, 2007, p.129.

## 1. O LIVRO NO BRASIL: HISTÓRIA E PROBLEMATIZAÇÃO

A gênese da edição de livros no Brasil está localizada no período entre 1630 e 1635. Na época, os holandeses ocupavam o território nacional e imprimiam documentos usando o tipógrafo somente para fins burocráticos. Nenhuma obra de ficção foi impressa no país até o período.

Em *O livro no Brasil*<sup>15</sup>, Lawrence Hallewell sustenta que as condições sociais impediram as iniciativas de impressão no país. O território vasto e a população iletrada se constituíam em problemas enormes à atividade cultural. Havia ainda o problema do baixo índice de povoamento da colônia<sup>16</sup>. Foi somente no Rio de Janeiro, em 1747, que a tipografia passou a ter maior relevância na vida cultural do país. A população já chegava aos dois milhões e os livros impressos na Europa, especialmente Portugal e França, atraíam a atenção dos brasileiros. Uma dessas edições, *Marília de Dirceu*<sup>17</sup>, de Tomás Antônio Gonzaga, vendeu dois mil exemplares em apenas seis meses. O ano era 1800 e este fato inscreve a obra como o primeiro *best seller* brasileiro.

O rumo da vida cultural brasileira tem uma radical mudança em 1808. A vinda da Família Real para a então colônia de Portugal obrigou o Brasil a realizar reformas estruturais que se refletiram diretamente no sistema de edição de livros. Quando a corte portuguesa desembarcou no Rio de Janeiro, em 7 de março, a infra-estrutura urbana era precária. O comércio local simplesmente desprezava o papel moeda, e o escambo era

---

<sup>15</sup>Na obra, o autor realiza um extenso estudo sobre o surgimento e a consolidação das atividades editoriais no Brasil. Oriundo de sua tese de doutorado defendida na Universidade Essex, na Inglaterra, em 1982, o trabalho foi publicado no Brasil somente em 1985, em edição da EDUSP e reeditado em 2008.

<sup>16</sup>A título de comparação, em 1550, Salvador, por exemplo, apresentava 1100 habitantes. Na mesma época Londres tinha 100 000 habitantes. E Paris, espantosos 220 mil, segundo Lawrence Hallewell.

<sup>17</sup>GONZAGA, Tomás Antônio. *Marília de Dirceu*. Porto Alegre: LP&M, 1998.



utilizado em ampla escala nas relações de consumo. Em poucos anos, o país saiu de um estado de periferia para o de centro cultural. Artistas de todas as áreas vieram para o Brasil<sup>18</sup> com o objetivo de recriar o ambiente de efervescência cultural europeu.

Os esforços revelaram-se eficazes. Em 1816, o país já possuía dois jornais: um impresso com ajuda da Coroa, A Gazeta do Rio de Janeiro – sempre se manifestando favorável às decisões da corte. E, o outro, a despeito da proibição das atividades de imprensa, denominado Correio Brasiliense, editado mensalmente na Inglaterra, funcionava como crítico às atividades monárquicas. Entretanto, mesmo neste jornal havia a divulgação de obras da Imprensa Régia.

A trajetória do livro no Brasil<sup>19</sup> pode ser exemplificada através de quatro personagens centrais. São eles: Baptiste Louis Garnier; Monteiro Lobato; Henrique Bertaso e Victor Civita.

Baptiste Louis dirigiu a Garnier Frères, que funcionou no Rio de Janeiro, de 1844 a 1934. A ela é atribuído a prática de “preço de capa”, o que hoje os livreiros chamam de preço de tabela e assegura uma competição mais simétrica entre todos os pontos de venda. Algumas de suas edições eram de oitocentos exemplares, mas o mais comum é que tivessem trezentos, sendo editados uma vez ao ano, conforme a demanda. Garnier era um imponente nome nas artes gráficas e excelente empreendedor. Para garantir o bom desempenho de sua casa editorial, editava somente obras de retorno garantido.

---

<sup>18</sup>Em virtude das ameaças de invasão de Napoleão Bonaparte, a Família Real portuguesa optou por deslocar o reino para a sua então colônia, o Brasil. Evidentemente, as relações comerciais com a Inglaterra foram decisivas para a tomada de posição de D. João VI, que não desejava se aliar ao líder Francês. A bagagem da corte incluía obras de arte, artefatos históricos e o conteúdo da biblioteca real com cerca de 60 mil volumes.

<sup>19</sup>Uma história do mercado de livros, aliada a uma sociologia de idéias, é importante para a compreensão dos processos pelos quais a vida econômica e social de uma dada sociedade passa.” Cf. DELGADO, Maria Cristina in: *Cartografia sentimental de sebos e livros*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999, p.28.

São Paulo começou a dar sinais de que assumiria o protagonismo da cena editorial em 1863. Louis Garroux, ex-funcionário da Garnier, abriu sua própria livraria, a Acadêmica. Apesar de sua casa não ter publicado um único volume até o ano de 1923, seu alvo era oferecer o catálogo de outras editoras e ainda possuir um expressivo estoque. Sobre Direito, por exemplo, havia 186 livros. Sobre matemáticas e ciências naturais, 154. Destaque para *Novo manual de bom tom*, contendo, segundo a indicação do subtítulo *moderníssimos preconceitos de civilidade, polidez, conduta e maneiras em todas as circunstâncias da vida*.

A seção de poesia e teatro, um dos destaques, ostentava 120 títulos. Em 1872, a livraria se tornou ponto de encontro de fazendeiros de café e de intelectuais. E justamente um deles, Monteiro Lobato, provoca a primeira revolução no mundo dos livros do Brasil. Lobato abre sua casa editorial e logo diagnostica que a distribuição é o maior desafio num país com as proporções geográficas brasileiras. Por esse motivo, dedica-se a aumentar os pontos de venda de seu catálogo. Ao contrário das demais casas editoriais, Lobato não desprezava os estabelecimentos como farmácias e mercearias. Ele defendia de maneira vigorosa a necessidade de se reconhecer a essência econômica da atividade livreira. "Trata-se de um artigo comercial como qualquer outro: batata, querosene ou bacalhau. É uma mercadoria que não precisa examinar sem saber se é boa nem vir a esta escolher<sup>20</sup>".

Rapidamente, ele angariou mil e oitocentos pontos de distribuição em todo o território nacional. Farmácias e mercearias também estavam na lista. Mas, ao lado de seu apurado tino comercial, havia a consciência do papel cultural de um editor. Por isso, preferia lançar jovens autores.

---

<sup>20</sup>A frase é de Monteiro Lobato e fazia parte do material de divulgação da editora enviado em carta para diversos comerciantes brasileiros cf. HALLEWELL, Lawrence. *O livro no Brasil*. São Paulo: EDUSP, 1985, p. 245.

Nada de velharias, medalhões, nada de acadêmicos com farda de general de opereta do tempo de Luis XIV, armado daquela espadinha de cortar-papel. Gente nova, de paletó saco, humilde nas suas pretensões, mas gente nova<sup>21</sup>.

Lobato foi o primeiro a usar a imprensa para divulgar os livros e argumentou pela necessidade de um jornalismo cultural que pudesse oferecer ao potencial consumidor uma agenda do que fosse produzido no circuito editorial. Até aquele momento, a propagandas era considerada afronta à dignidade do livreiro porque revelavam a face mercantil de uma atividade que sempre se vangloriou de ter apelo estritamente cultural.

Outra de suas inovações está no modo em como conduzia a relação com os escritores. Deliberadamente, fazia valer sua prerrogativa de editor, alterando parágrafos e mudando títulos de obras. "Editar é fazer psicologia comercial". Era uma de suas frases mais pronunciadas, segundo Hallewell (1985). A estética da edição também o preocupava. O miolo, parte interna do livro, era motivo de inquietação para Lobato, mas a baixa qualidade das casas de impressão da época impossibilitava mudanças nesse sentido. Os equipamentos utilizados na impressão de livros eram ultrapassados e mal conservados. Não havia mão de obra qualificada e os processos de conservação eram realizados por operários que não possuíam qualquer conhecimento sobre o funcionamento dos modelos adotados.

Apesar das máquinas de impressão ocuparem espaço físico considerável, o que obrigava a editora a ter uma área extensa, Lobato resolveu importar um modelo avançado, que possibilitou a edição de livros com capas em quatro cores (o comum eram livros com capas em amarelo ou cinza).

Entre os editados, havia também autores de reconhecida relevância crítica para a época, como Lima Barreto, Oswald de Andrade e

---

<sup>21</sup>HALLEWELL, Lawrence. *O livro no Brasil*. São Paulo: EDUSP, 1985, p.246.

Menotti del Picchia. Sua forma de pagamento de originais era peculiar: negociava até 40% do lucro obtido com a obra para o autor.

A turbulência econômica causada pela crise de 1929 obrigou Lobato a inverter suas prioridades. Ele passou a investir em autores consagrados e simplesmente baniu as obras de ficção de seu catálogo. “O bom negócio é o didático. Todos os editores começam com literatura em geral e por fim se fecham na didática<sup>22</sup>”, passou a justificar-se aos amigos.

A situação descrita por Lobato ainda não se alterou. No ano de 2005, o mercado livreiro nacional movimentou a expressiva quantia de aproximadamente três bilhões de reais. Foram 310 milhões de livros vendidos. 51% deste faturamento é de origem governamental, diz respeito à compra de livros didáticos pelas diferentes esferas administrativas existentes no país: município, estado e União<sup>23</sup>.

Em 1925, Monteiro Lobato decidiu concentrar-se em sua atividade de escritor e abandonar a carreira de proprietário para se transformar em consultor editorial, quando se tornou célebre por conceber a Editora Nacional, cuja organização ainda hoje continua reverberando na forma de gestão das editoras brasileiras.

Enquanto Lobato lutava contra a falência, uma modesta livraria começava a disputar a visibilidade editorial. Em Porto Alegre, na rua principal, a Rua dos Andradas, instalava-se a Livraria do Globo. Fundada por Laudelino Barcelos, um imigrante português, ingressa no mercado, em princípio, somente para realizar impressões por demanda, custeada pelos próprios autores. Em 1919, com a morte de Barcelos e a entrada de José

---

<sup>22</sup>HALLEWELL, Lawrence. *O livro no Brasil*. São Paulo: EDUSP, 1985, p.262.

<sup>23</sup>Ver *A Economia do livro: A crise atual e uma proposta política*, pesquisa realizada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, sob coordenação de Fabio Sá Earp & George Kornis. TD 004/2005.

Bertaso para a direção da casa, a editora se posiciona como uma das maiores forças editoriais da época.

Foi um misto de olhar especulativo e conhecimento do mercado o que garantiu o progresso da editora. Após a primeira guerra o suprimento de papel para os países da América do Sul foi drasticamente reduzido. As editoras sofreram com a retenção do mercado. Mas anos antes, prevendo que isso aconteceria, Bertaso já havia ordenado a compra de um razoável estoque de matéria prima para alimentar sua aquisição recente, uma Linotipo, utilizada também para a impressão de uma revista de comportamento, denominada Revista do Globo.

Concentrada em traduções das grandes obras da literatura universal, a casa era um símbolo da mudança pela qual o estado passou, na era Borges de Medeiros. De 1895 a 1930, a cidade ganhou quatro universidades e alcançou o índice de 38% de alfabetização, tornando-se um mercado fértil para iniciativas de edição.

A tomada do poder federal por Getúlio Vargas, em 1930, tirou da Globo seu principal divulgador. O italiano Mansureto Bernardi, que pensou as estratégias de divulgação da empresa, foi convocado por Vargas para ser diretor da Casa da Moeda. Mas o governo Vargas não foi absolutamente ruim para a editora. Erico Veríssimo assumiu a edição da Revista do Globo, e acabou por tornar-se um profuso tradutor da casa. Suas boas relações com os Estados Unidos da América possibilitou à Globo uma prática que diferenciava a editora das demais: a tradução de obras atuais para a época. De Nova York, vinham as indicações do que poderia ser tornar *best seller* no Brasil. Assim, foram editados Raymond Chandler, Agatha Christie, Phillips Oppenheimer e, é claro, Georges Simemon. O catálogo incluía ainda traduções de autores de língua alemã, pouco comuns no país, na época, como Thomas Mann e Franz Kafka. Para garantir edições impecáveis, Bertaso implanta uma mudança

administrativa: a introdução de sucessivos processos de revisão nas provas, até que o original estivesse realmente pronto para impressão<sup>24</sup>.

Por ser também escritor, Veríssimo conseguia compreender as expectativas estéticas dos autores, ao mesmo tempo em que não descuidava da função administrativa de um editor: encontrar a melhor maneira de construir catálogos que geram benefício para a editora.

Atualmente, a Livraria do Globo cedeu seu espaço físico a uma loja de calçados. Os letreiros de sua fachada histórica foram preservados, mas o ambiente foi dividido em duas partes. A entrada principal, pela Rua dos Andradas, é da loja Allps Calçados. Para os leitores sobrou a entrada auxiliar dos fundos, pela José Montaury<sup>25</sup>.

Os fatores econômicos não são propriamente uma novidade no mercado editorial. Em 1789, o livreiro Pedro da Silva Quaresma, na tentativa de estabelecer um catálogo que possibilitasse à sua livraria o sustento administrativo, dedicou-se à edição de obras populares.

Tendo em vista a pouca cultura do nosso povo, Pedro da Silva Quaresma que se instalara, desde 1789, na Rua São José, compreendeu que o meio de levá-lo ao livro era dar-lhe leitura fácil, amena ou de interesse prático, mas de cunho essencialmente popular, ao alcance de qualquer um e em brochuras de preço módico, daí o verdadeiro gênero por ele criado entre nós levar o rótulo de edição quaresma, que passou a

---

<sup>24</sup>A trajetória editorial de Erico Veríssimo é mencionada também por Maria da Glória Bordini, no artigo *Érico Veríssimo e a vida literária brasileira* in *Letras de Hoje*. Porto Alegre.v.29, nº1, p.103-108, março de 1994: " Poucos conhecem as iniciativas de Erico como agente cultural, tanto no Brasil como no exterior, no âmbito da vida literária. Além de mentor de muitos jovens escritores, preocupado igualmente com a formação de novos setores do público para a literatura, Erico foi um diligente representante do país nos Estados Unidos e na América Latina, tanto no início de sua carreira literária, na década de 40, durante suas duas viagens aos E.U.A, quanto na década de 50, quando dirigiu o Departamento Cultural da Organização dos Estados Americanos".

<sup>25</sup>Este acontecimento ilustra com exatidão os desfechos traumáticos das relações entre literatura e economia, conforme já havia flagrado Bourdieu: "As ameaças à autonomia resultam da interpenetração cada vez maior entre o mundo da arte e o mundo do dinheiro" (BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p.375).

designar, de maneira geral, as edições populares para o grande público<sup>26</sup>.

Os autores que aceitavam publicar seu texto pela editora de Quaresma sofriam censura moral de outros autores e, por isso, optavam por pseudônimos.

Alguns escritores de terceira categoria forneciam-lhe essa sublitteratura que ele espalhava, com grande êxito, por todos os cantos do Brasil. Em qualquer velha residência lá pelos sertões da Bahia ou pelo norte de Minas ainda é fácil descobrir-se, até hoje, num canto de gaveta, alguma dessas "edições quaresma"<sup>27</sup>.

Mas mesmo um crítico da influência das questões econômicas no processo literário reconhece que Quaresma também teve seus méritos literários, afinal ele foi o primeiro editor de literatura infantil no país, publicando histórias de Figueiredo Pimentel, como *Histórias do Arco da Velha* ou *Histórias da Baratinha*. Além disso, é bastante injusto afirmar que Quaresma procurava apenas o sucesso financeiro de seus livros, editando livros arquitetados milimetricamente para virarem *best sellers*, como demonstra Flávio Kothe:

Receita não é bolo, cardápio não enche barriga, estrutura profunda não é obra. Uma obra pode ter toda a estrutura e os ingredientes do *best seller*, sem conseguir se tornar um. O mistério que os editores querem decifrar na prática é: o que faz com que um texto se torne *best seller*, caso não se leve em conta a alta vendagem que vem a caracterizá-lo *post-factum*?<sup>28</sup>

Outro nome de extrema relevância na história editorial brasileira é José Olympio.

---

<sup>26</sup>BROCA, Brito. *A vida literária no Brasil – 1900*. Belo Horizonte: Instituto Brasileiro, 1971, p. 143.

<sup>27</sup>\_\_\_\_\_, p. 144.

<sup>28</sup>KOTHE, Flavio. *A literatura do trivial*. Brasília: UNB, 1994, p. 216.

A localização de sua casa editorial, na Rua do Ouvidor, número 110, literalmente em frente à livraria Garnier, no Rio de Janeiro, impulsionou o clima de competição entre as duas. José Olympio tinha espírito inovador e logo, com sua simpatia pessoal, criou uma rede de contatos que lhe possibilitou publicar cada vez mais autores.

José Olympio terceirizava os serviços de impressão e, com isso, podia buscar soluções mais variadas e acessíveis, resultado da competição entre as gráficas. Não tinha nenhum interesse em *best sellers* meteóricos, mas mirava frontalmente em autores que dessem fôlego ao catálogo. Para ele, a existência de livros que tivessem vendas regulares era mais importante do que as eventuais vendas excepcionais, efetuadas num curto espaço de tempo. Em sua concepção, uma editora precisa de estabilidade para crescer. Foi dele a idéia de adiantar os direitos autorais dos editados. Em 1934, numa até então inédita decisão para o mercado brasileiro, pagou nove contos de réis a José Lins do Rego, por ocasião da entrega dos originais. No mesmo ano, segundo Hallewell (1985), organizou a primeira sessão de lançamento de um livro, com a presença do autor. Até aquele momento, não se tinha notícia de, no território nacional, ter ocorrido uma sessão de autógrafos.

As tiragens da José Olympio eram de 10 mil exemplares, em média. Altíssimas, não somente para a época, como também para os padrões atuais<sup>29</sup>. Logo, muitos autores migraram para a José Olympio. O estabelecimento se tornou um ponto de encontro de intelectuais. Ao seu redor, criou-se um ambiente de efervescência cultural, onde autores sentiam-se acolhidos sob a proteção de um editor que assumia fazeres de mecenas.

---

<sup>29</sup>A tiragem média de uma obra de ficção, no Brasil, é de três mil exemplares. Editores independentes costumam fazer edições menores, com 400 exemplares, o que encarece o preço final ao consumidor, mas reduz o custo para o autor, que nesses casos patrocina em parte ou totalmente a edição de sua obra.



Olympio primava pelo curso livre de idéias, tanto que, no mesmo catálogo, ostentava obras de Getulio Vargas e de Graciliano Ramos, desafetos confessos. Assim, o editor preservava o caráter democrático de uma boa coleção de livros, e ainda garantia a pluralidade necessária de que uma editora necessita para cativar um mercado que demanda cada vez mais estratégias variadas.

Não obstante, a censura marcou a história da editora. A queima de livros, como ocorreu com obras de Monteiro Lobato, e a perseguição política do Estado Novo, trouxe não apenas instabilidade e retração nas atividades de edição, mas principalmente insegurança e prejuízos materiais à casa. Após sucessivas crises, em 2001, depois de 30 milhões de exemplares vendidos, a José Olympio foi comprada pelo grupo editorial Record.

Esse movimento de aquisição e fusão, tão característico da fase atual do capitalismo, é também conhecido no meio editorial. A estrutura das fusões constitui-se na principal faceta do atual momento econômico da cena editorial brasileira.

Outra importante página da história editorial começou a ser escrita em 1950, pelo norte-americano, naturalizado brasileiro, Victor Civita. Sua casa editorial, a Abril, investe em fascículos, livros, coleções temáticas, além de distribuição de filmes. Trata-se, hoje, de um conglomerado de entretenimento e edição que reúne não apenas um complexo apuro gráfico, como, também, uma consciência profunda dos deveres de uma casa editorial. A Abril é líder em vendas de livros escolares, com 25% de participação do mercado. Suas apostas didáticas (através do selo editorial Ática) e pára-didáticas (através das coleções que visam completar o conteúdo do currículo abordado nas escolas de ensino

fundamental e médio) já chegam a quatro mil títulos, resultando em vendas de 37 milhões de livros por ano<sup>30</sup>.

Em 1996, Charles Cosac e Michael Naify fundaram uma editora voltada à publicação de livros de arte, cinema, arquitetura e *design*. A Cosac e Naify nasce com uma estratégia ousada: fazer livros com padrão de edição muito acima da média comum. Porém, logo o *déficit* de quase cinco milhões de reais, no primeiro ano, fez com que Cosac convidasse Augusto Massi para ser seu editor geral. Com sua experiência de professor de literatura, Massi reformulou o catálogo e transformou a editora num empreendimento lucrativo. Fatos como esse evidenciam a função do editor.

A função do editor consiste em encontrar autores que poderão ser adotados pelos instrumentos de legitimação das obras. O que fez Massi foi equilibrar as funções inovadoras e conservadoras da Cosac e Naify. Professor acadêmico, ele reunia as características necessárias para elaborar um catálogo que permitisse que a casa mantivesse seu perfil de vanguarda estética e que aumentasse suas vendas, tornando-se, o que só aconteceu em 2006, lucrativa.

Atualmente, as discussões editoriais apontam para a incerteza sobre o futuro do livro. Na verdade o *pen drive*, o *Compact Disc* e as mídias flexíveis trazem o desafio de disponibilizar outro equipamento para que se possa ler o livro. O livro digital passa a ser visto como um livro virtual, como um embrião, um livro-tronco, um livro-promessa, um livro somente no futuro. Não é à toa que os livros digitais se assemelham a fotolitos eletrônicos, como se a possibilidade de impressão denunciase a situação transitória do estado virtual. Este é o tema de *O livro, a literatura e o computador*<sup>31</sup>, de Sérgio Luiz Prado Bellei. Nele o pesquisador se

---

<sup>30</sup>Dados fornecidos pela própria editora, através do *site* [www.abril.com.br](http://www.abril.com.br)

<sup>31</sup>BELLEI, Sergio Luiz Prado. *O livro, a literatura e o computador*. Florianópolis: UFSC, 2003.

concentra nas alterações dos hábitos de leitura provocadas pelo avanço tecnológico.

Mais do que um objeto, portanto, um livro é uma entidade que institui valores comunitários, econômicos e identidades grupais e individuais. Vale dizer: o livro, em certa medida, define subjetividades e o que elas significam na sociedade humana. O homem que lê não é o mesmo que o homem que não lê. Mas é preciso acrescentar aqui uma outra dimensão a essa força criadora de subjetividades, agora dependente, não do livro como instituição, mas como tecnologia. Porque constitui tecnologicamente uma certa forma de fazer as coisas utilizando um certo instrumental, e porque toda tecnologia jamais é apenas instrumento de uso, mas, também e principalmente, um instrumento que usa e condiciona seus usuários, o livro afeta o sujeito que lê. Somos sempre também usados pelas coisas que usamos<sup>32</sup>.

A fobia quanto à transformação do suporte livro reside, então, no receio de que as metamorfoses físicas se tornem posteriormente também mudanças de comportamento social.

O diagnóstico de Bellei concentra-se em dois possíveis efeitos do uso das novas tecnologias no livro. O primeiro efeito seria a descaracterização do suporte-livro, com o possível desaparecimento do papel e de sua estrutura física. O livro passaria a ser o nome de um tipo de organização de informação e não mais um suporte. Contudo, a apresentação dos dados ainda seguiria o padrão de leitura convencional: no ocidente, da esquerda para a direita; do topo da lauda ao seu final.

A segunda possibilidade é que as ferramentas tecnológicas forcem o livro a uma transformação em sua estrutura. Até o presente momento, as experiências editoriais mostram que os dois modelos estão sendo empregados no Brasil<sup>33</sup>.

---

<sup>32</sup>BELLEI, Sergio Luiz Prado. *O livro, a literatura e o computador*. Florianópolis: UFSC, 2003, p.14.

<sup>33</sup>As experiências de livros digitais mais bem sucedidas até o momento são da Editora Publit, que possibilita ainda a impressão das obras eletrônicas e da EDIPUCRS, que se concentra no modelo de hipertexto, no qual o livro se utiliza da estrutura enciclopédica do CD ROM e oferece não apenas o enredo, mas recursos de áudio e imagem que visam ampliar a percepção estética da leitura.

A utilização de áudio *books*, por exemplo, tem-se apresentado ainda como uma estratégia experimental das editoras brasileiras, uma vez que a presença do livro eletrônico não afeta apenas as estratégias de utilização por parte dos leitores, mas, principalmente, a estrutura econômica do sistema editorial. Por sua alta capacidade de disseminação, os arquivos digitais exigem uma nova forma de comercialização. A exemplo do que aconteceu com a indústria audiovisual, onde as vendas de mídias convencionais caíram com a aparição dos tocadores digitais de MP3 e MP4 (e continuam a cair em um ritmo acelerado) a edição convencional de livros enfrentará o desafio de encontrar um modo de incorporar as inovações sem descaracterizar seu produto.

A principal preocupação dos editores é a dificuldade de controlar a proliferação das cópias não autorizadas. Bellei posiciona-se favorável ao uso do livro eletrônico somente para edição de enciclopédias e dicionários. Outras leituras, que oferecem maior fruição, continuarão, segundo ele, cativando leitores em sua forma tradicional.

A leitura do trabalho de Bellei demonstra que os processos de produção autoral não parecem ter sido alterados pela introdução do computador pessoal na vida dos escritores. Não há diferença formal entre o conteúdo dos textos de quem começou a publicar já na era da *Internet*. A grande mudança que a rede internacional de computadores trouxe refletiu-se de forma mais efetiva nas práticas de distribuição, onde tornou possível para as editoras repassarem para o consumidor os custos de distribuição, através da compra por *sites* e entrega via correios. No Brasil, na data de seu surgimento, em 1995, a *WEB* ainda enfrentava problemas técnicos que dificultavam sua expansão como mídia. Um deles era a impossibilidade de o usuário fazer uso concomitante de sua linha telefônica e da *WEB*. Além disso, havia a limitação técnica de tráfego de

dados e o alto custo de seu acesso<sup>34</sup>. Atualmente, o desenvolvimento avançado das mídias eletrônicas, em especial da internet, possibilitou o surgimento de uma nova relação entre autores, obras e leitores:

É uma geração que, indiferente ao mercado editorial, se oculta nos sites literários e, sobretudo, nos blogs da web, território difuso, mas potente, no qual se afirmam escritores como Paulo Bullar, Jorge Cardoso e João Paulo Cuenca. O de Clarah Averbuck, talvez o mais famoso deles, surgiu em 2001 e já teria chegado a ter uma média de 1,8 mil acessos por dia. São, em princípio, veículos para comentários e confissões, mas muitos escritores passaram a usá-los como falsos diários, isto é, pura ficção. Eles se tornaram, assim, um lugar no qual os escritores sem espaço passaram a divulgar seus trabalhos<sup>35</sup>.

José Castelo aposta nessa indiferença em relação ao mercado, contudo, reconhece que tanto João Paulo Cuenca quanto Paulo Bullar, Jorge Cardoso e Clarah Averbuck já foram absorvidos pelas editoras tradicionais. Os *blogs*, em 2009, não são mais os espaços onde os sem-espaço divulgam seus trabalhos. Atualmente, mesmo escritores já estabelecidos no mercado editorial mantêm seus *blogs*. É o caso de Fabrício Carpinejar. Seu mais recente livro, **Canalha**, já está na segunda edição, ou seja: não foi para se tornar conhecido do grande público que ele procurou a ferramenta. O *blog* possibilita que o autor estabeleça um contato direto com o leitor, sem a intermediação da editora.

Alguns escritores, como o economista carioca João Paulo Cuenca, de 24 anos, o roteirista de cinema Jorge Cardoso, de 30 anos, radicado em Emea, na Suécia, e a revisora técnica radcada em Petrópolis, Maira Parulla, de 47 anos, ainda não têm livros publicados, mas passaram a ser reconhecidos unicamente pelos textos que publicam na Internet, tanto em blogs pessoais, como em revistas literárias virtuais como a célebre Revista A, em vias de

---

<sup>34</sup>Em 1995, a capacidade de envio e recebimento de dados dos aparelhos de comunicação à distância, os *modems*, estava limitada a 33 kbps. Isso gerava uma navegação cibernética lenta e exigia muito tempo de conexão. Como a tecnologia brasileira exigia a utilização da linha telefônica, os usuários procuravam apenas acessá-la nos horários em que a tarifa era reduzida, o que no Brasil equivale a dizer que a primeira fase da *Internet* é caracterizada por acessos localizados no turno da noite.

<sup>35</sup>José Castelo, revista Bravo, edição de janeiro de 2003, fornecido por [www.livrosdomal.org](http://www.livrosdomal.org). Disponível também no Anexo F dessa dissertação.

extinção, e em blogs coletivos como o "fakerfakir". Outros, como Joca Reiners Terron, mato-grossense de 34 anos, designer gráfico e dono da editora Ciência do Acidente, mesmo publicando em livro, conservam seus blogs, no caso o "Hotel Hell". A intimidade com a rede não impediu Terron de fundar uma editora, nem de escrever ficções como o inquietante *Não Há Nada Lá*, um dos melhores romances produzidos pela geração novíssima. Seu livro, de fato, prenuncia algumas das tendências mais fortes dessa geração sem tendências: o interesse pelo vazio, o desinteresse pela figuração, a herança explícita da cultura pop e a retórica em fragmentos<sup>36</sup>.

Para essa nova geração de escritores, as funções de editor, divulgador e crítico podem tranquilamente ser acumuladas. Joca Reiners Terron, por exemplo, é editor geral e crítico literário. Seu *blog* é homônimo de um de seus livros, o que revela que, ao menos para ele, o meio de divulgação deve estar a serviço dos messageiros.

Uma abordagem bibliográfica do sistema editorial brasileiro nos revela sempre a divisão entre as figuras de autor, editor, distribuidor e leitor. O resultado da interação entre essas quatro esferas é o que chamamos de sistema editorial. São justamente as engrenagens desse sistema que levaram Sandra Reimão a escrever *Mercado editorial brasileiro*<sup>37</sup>, onde traçou o perfil das edições mais vendidas entre os anos 1960 e 1980. Reimão alerta para o fato de que o chamado *boom* literário dos anos 1970 não se sustenta senão como uma sensação dos escritores que, maravilhados com a relevância estética das obras lançadas na época, acreditaram estar vivendo um período de alta produção, quando, na verdade, os dados desmentem qualquer ilusão a esse respeito. A autora divide os *best sellers* entre *masscult* e *midcult*. Os primeiros são livros que miram apenas o entretenimento do leitor e exercem sem constrangimento a dimensão de fruição da atividade de leitura. O segundo são obras que procuram se apresentar revestidas de erudição e conteúdo cultural elevado.

---

<sup>36</sup>IDEM.

<sup>37</sup>REIMÃO, Sandra Lucia. *Mercado editorial brasileiro*. São Paulo: ComArte,1996.

Por traçar um perfil de 1960 até 1990, a obra não aborda a influência da internet – surgida no Brasil somente em 1995 – nesse cenário. Mas a influência da televisão é profundamente estudada. Em 1971, lembra Reimão, o livro *Milho pra galinha, Mariquinha*, de Marisa Raja Gabaglia, vendeu dez mil exemplares em uma semana. O motivo não deixa dúvidas quanto à natureza das relações midiáticas na época: Gabaglia era jurada do programa televisivo de Flávio Cavalcanti.

Sempre comprometida com a necessidade de capitanear iniciativas para o desenvolvimento da produção do livro no mundo, a UNESCO também contribuiu para o melhor entendimento da atividade de editor através da edição da obra *O negócio de edição de livros*<sup>38</sup>, um compêndio sobre as etapas da produção de uma obra, onde se procura descrever minuciosamente os passos necessários para a administração satisfatória de uma casa editorial. Trata-se de um manual para aprimorar os editores, um esforço de realizar a manutenção das editoras e otimizar as vendas. Os editores fazem questão de ressaltar seu interesse didático. *Book house training center*, seu título original, expressa a pretensão de guiar o editor jovem e reconduzir o editor sênior a uma postura administrativa mais segura.

A compreensão do funcionamento do sistema editorial brasileiro pode ser facilitada através da noção de que o estatuto da produção de livros está vinculado à natureza dicotômica do fazer intelectual. Trata-se da divisão, sempre presente, entre livros de ficção e livros científicos. Por essa razão, em *As regras da arte*, Pierre Bourdieu lança seu olhar sobre o sistema de valor que sustenta as instituições culturais.

Não há melhor atestado de tudo que separa a escrita literária da escrita científica do que essa capacidade, que ela possui exclusivamente, de concentrar e de condensar na singularidade concreta de uma figura sensível e de uma aventura individual, funcionando ao mesmo tempo como metáfora e como metonímia,

---

<sup>38</sup>Obra institucional assinada pela UNESCO e publicada pela Atlas, em 1992.

toda a complexidade de uma estrutura e de uma história que a análise científica precisa desdobrar e estender laboriosamente<sup>39</sup>.

No Brasil, onde mais da metade da produção editorial é absorvida pelo Estado, a edição de livros de ficção é uma atividade financeiramente mais arriscada do que a de livros técnicos.

O campo literário tende a se organizar segundo dois princípios de diferenciação independentes e hierarquizados: a oposição principal entre a produção pura – destinada a um mercado restrito aos produtores – e a grande produção, dirigida para a satisfação das expectativas do grande público<sup>40</sup>.

Isso é explicitado na última pesquisa encomendada pela Câmara Brasileira do Livro à FIPE – Fundação Instituto de Pesquisa<sup>41</sup>.

Dados fornecidos pela Câmara Brasileira do Livro

TOTAL de Faturamento e Exemplares Vendidos (MERCADO + GOVERNO) 2006/2007						
Segmento	Faturamento (R\$)			Exemplares Vendidos		
	2006	2007	Var (%)	2006	2007	Var %
Mercado	2.148.744.274,03	2.286.573.791,09	6,41	185.061.646	200.257.845	8,21
Governo	731.706.153,77	726.839.901,44	-0,67	125.312.387	128.939.460	2,89
<b>Total Geral</b>	<b>2.880.450.427,80</b>	<b>3.013.413.692,53</b>	<b>4,62</b>	<b>310.374.033</b>	<b>329.197.305</b>	<b>6,06</b>

Bourdieu revela um sistema econômico próprio das artes, baseado em princípios muitas vezes aparentemente anti-econômicos, e até não-econômicos, que sustenta sempre um princípio que ele vai definir como o do monopólio da legitimidade. A forma como os elementos do mundo editorial (autores, livros, lojas, distribuidoras e leitores) se

---

<sup>39</sup>BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p.39.

<sup>40</sup> \_\_\_\_\_, p.141.

<sup>41</sup>Instituição de direito privado, sem fins lucrativos. Foi fundada em 1973 com o objetivo de apoiar o Departamento de Economia da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA-USP). Conteúdo integral da pesquisa disponível no Anexo A.



organizam hierarquicamente constitui um específico objeto passível de análise.

Na perspectiva literária, a possibilidade inesgotável de reimpressão interdita a supervalorização da obra. Um livro poderá ter, em suas idiossincrasias editoriais, um ágio no preço. Fatores como assinatura na folha de rosto, preservação de uma edição que tenha sofrido posteriormente alteração por parte do escritor, ou mesmo por instrumentos de censura, tudo isso pode emprestar ao produto um reconhecimento simbólico rapidamente transformado em valor monetário. Apesar disso, esses catalisadores do valor da arte são incapazes de provocar a evolução rápida do preço, como ocorre nas artes plásticas. As obras literárias encontram-se num campo onde o capital simbólico é construído através dos sucessivos lançamentos, e não apenas sobre uma obra isolada. O conjunto dos textos de um autor revela sua importância no cenário editorial. Dessa forma, quanto mais editado, analisado e publicado, maior será seu capital simbólico. A multiplicação das obras de um escritor opera em sentido oposto à sua desvalorização.

As relações entre mercado e literatura têm sido, historicamente, marcadas pelo desconforto e o constrangimento dos agentes literários quando são coercivamente direcionados à obediência das leis do mercado.

Não é de hoje que existe uma literatura comercial e que as necessidades do comércio impõem-se no seio do campo cultural. Mas a influência dos detentores do poder sobre os instrumentos de circulação – e de consagração – sem dúvida jamais foi tão extensa e tão profunda; e jamais foi tão apagada a fronteira entre a obra de pesquisa e o *best seller*<sup>42</sup>.

Para Bourdieu, essa interação é nociva à arte e perigosa para o produtor. A tendência em seguir a orientação geral dos mercados – a eterna retroalimentação entre procura e demanda – tende, segundo ele, a infantilizar ambos, direcionando a arte para o esgotamento de sua função anterior: de transgressão e crítica.

---

<sup>42</sup>BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p.377.

Contudo, o sociólogo compreende que nem todas as obras que se apresentam como críticas possuem de fato essa essência. No capítulo “Fundamentos de uma ciência das obras”, o francês ataca duramente as práticas da academia e sua tendência a contribuir com a inflação indevida de certas obras<sup>43</sup>.

Apesar de tudo, o atual momento do mercado editorial nacional é de expansão e otimismo. Isso se deve, em larga medida, ao aumento da oferta de crédito e da evolução do consumo nas classes C e D, impulsionadas pela política econômica adotada a partir de julho de 1994, com câmbio flutuante, nova moeda e inserção definitiva do país num contexto de mundo globalizado<sup>44</sup>, conforme poderá ser observado no quadro a seguir:

---

<sup>43</sup>“Quando ocorre que a mecânica implacável da exigência universitária me obrigue a considerar por um momento escrever um desses textos dito de síntese sobre determinado aspecto de meu trabalho anterior, vejo-me de súbito chamado de volta aos mais sombrios serões de minha adolescência em que, obrigado a dissertar sobre os temas impostos da rotina escolar, no meio de condiscípulos atrelados à mesma tarefa, eu tinha a impressão de estar acorrentado ao bando da eterna galé onde copistas e compiladores reproduzem indefinidamente os instrumentos da repetição escolar, cursos teses ou manuais. Na mesma medida, me desagradam essas profissões de fé pretensiosas de aspirantes ávidos de se sentar à mesa dos pais fundadores. Deleito-me com essas obras em que a teoria está por toda parte e em parte alguma” (BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p. 204).

<sup>44</sup>Criado em 1994, pelo então Ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso, o Plano Real foi um projeto de estabilização da economia interna baseado em cinco princípios: ajuste fiscal, desindexação da economia, política monetária restritiva, redução estratégica das tarifas de importação e intervenção do Banco Central brasileiro nas taxas de câmbio.

Faturamento e Exemplares Vendidos para o MERCADO por Subsetor Editorial – 2006 e 2007

SUBSETOR	Faturamento (R\$)			Exemplares Vendidos		
	2006	2007	Var (%)	2006	2007	Var (%)
Didáticos	872.137.954,60	971.561.686,72	11,40	66.754.468	75.318.340	12,83
Obras Gerais	615.917.103,26	626.178.579,70	1,67	59.898.556	59.312.387	-0,98
Religiosos	242.138.755,91	273.143.899,33	12,80	36.904.701	43.421.182	17,66
CTP	418.550.460,26	415.689.625,34	-0,68	21.503.921	22.205.936	3,26
<b>Total Mercado</b>	<b>2.148.744.274,03</b>	<b>2.286.573.791,09</b>	<b>6,41</b>	<b>185.061.646</b>	<b>200.257.845</b>	<b>8,21</b>

As dificuldades de edição por grandes editoras e os avanços tecnológicos possibilitaram a democratização das atividades editoriais. Assim, o momento revela o surgimento de inúmeras editoras independentes que operam tanto como laboratório estético para as grandes, quanto com a finalidade de escoar a vontade de edição por parte de autores que dificilmente serão absorvidos pelas grandes casas. Um desses autores independentes, Daniel Galera, será alvo dessa dissertação, conforme exposto no capítulo sobre a influência da internet na construção do mercado editorial.

Apesar do termo *best seller* ser atribuído historicamente à cultura de massas, a própria conceituação semântica do termo, o que em uma tradução rústica seria o *melhor vendedor*, não impõe restrições quanto ao conteúdo da obra. O que se defende aqui é que toda editora busca o *best seller*, ainda que não necessariamente como um produto da

literatura de massas, mas como uma obra de grande desempenho comercial<sup>45</sup>.

Essa performance econômica das obras é inflada pelo sistema escolar e/ou pela cultura solidificada – e nesse caso a Bíblia desponta como o maior *best seller* de todos os tempos – se estabelece a partir de critérios de legitimação e distinção social trabalhados por Pierre Bourdieu em *As regras da arte*.

Para compreender inteiramente o funcionamento do mercado editorial, irá se investigar separadamente esses dois fenômenos distintos: *best seller* de massa e *best seller cult*.

O termo *best seller*, por ser de língua inglesa, apresenta, já à primeira vista, uma filiação ideológica específica. Ele indica não apenas uma opção descritiva, como também invoca certos princípios econômicos presentes no campo da editoração. *Best seller* é, então, não somente a obra mais vendida, como também aquela que reúne as características necessárias para servir de modelo do atual estado de consumo cultural das sociedades capitalistas.

A história desse conceito começa na definição do que se convencionou chamar de cultura de massas.

As escolhas estéticas das massas sempre foram alvo de uma grande discussão entre pelo menos dois significativos grupos: a Escola de Frankfurt e os adeptos de uma prática cultural crítica, porém compreensiva das inevitáveis mudanças culturais de uma sociedade.

---

<sup>45</sup> Levando em conta apenas o número de exemplares vendidos, qualquer obra com bom desempenho comercial, independente do conteúdo que pretende vincular, pode ser considerada um *best seller*. Não há, contudo, um indicativo preciso para definir um *best seller*. Estima-se que uma obra, para ser considerada, *best seller* precisa apresentar rendimento líquido superior ao seus custos de produção e tiragem, no Brasil, acima de nove mil exemplares.

O primeiro grupo inclui aqueles pesquisadores que militam pelo retorno dos instrumentos de hierarquização da cultura. Para estes, o alto preço pela popularização das mídias tem sido o fornecimento de produtos cada vez mais ligados às demandas culturais da população em geral.

O olhar crítico da Escola de Frankfurt fixou-se na impossibilidade de emancipação do consumidor cultural que, desprovido de defesas e de instrumentos de refração, coloca-se cada vez mais à disposição do produtor. O mundo do trabalho e o modo de produção e de vida dos agentes do capitalismo forneciam ao sistema de comunicação as condições necessárias para que a audiência fosse sempre solícita aos produtos para a massa. Havia, portanto, uma leitura sociopolítica das produções culturais. O cinema, o rádio, a televisão e a literatura eram tidos como sustentadores das estruturas dominantes<sup>46</sup>. A técnica estava sob o poder dos protagonistas da cena capitalista. Portanto, diagnosticavam Adorno e Horkheimer, essas tecnologias de suporte tornaram-se também tecnologias de intervenção na circulação e produção de objetos de valor simbólico, neste caso, os bens culturais.

Essencialmente, Adorno e Horkheimer viam o consumidor como um ser sem direito de resposta, incapaz de qualquer reação que não fosse a de recepção. Não se tratava apenas de focar a alta capacidade de sedução das estratégias da indústria cultural, mas sim de revelar – em tons iluministas – que era a baixa resistência intelectual do interlocutor o que permitia sua manipulação. Para os autores de **A dialética do esclarecimento**<sup>47</sup>, toda manifestação de liberdade e autonomia não passava de declaração instrumental dos produtores da indústria que, antevendo possíveis críticas, fabricavam prévias respostas disponíveis aos

---

<sup>46</sup> “O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto” (ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006, p.113).

<sup>47</sup> ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

manipulados. O problema era a amplificação das vozes das culturas periféricas que sequer faziam questão de trazer para si a legitimação do que os autores entendiam como sendo *folklore*, representação popular. A acusação residia fundamentalmente na tentativa de se criar uma cultura artificial, que era de todos e por isso de ninguém, acessível a qualquer um, e que resultava numa representação oca de coisa alguma.

O segundo grupo, o dos críticos que consideram as mudanças culturais inevitáveis, é composto por pesquisadores que concentram suas críticas à Escola Frankfurt a partir da denúncia de que tal grupo tem, ao longo dos anos, tentado travestir de análise criteriosa aquilo que não é nada mais do que uma defesa intransigente de preconceitos culturais.

Para estes, o que caracteriza a teoria crítica é uma ilusão social onde fica explícita a idéia de que o consumidor não tem nenhuma defesa contra as tentativas de persuasão dos produtores.

Todas essas sociologias da manipulação tomam o telespectador, o ouvinte, o leitor, o destinatário, enfim, como imbecis culturais, seres incapazes de compreensão e de leitura crítica. Trata-se de reducionismo e de preconceito sob a máscara de crítica radical da alienação pela mídia<sup>48</sup>.

Para Edgar Morin, não faz mais sentido falar de uma indústria cultural engessada, se o próprio conceito de policentrismo obriga a integração de diferentes matizes no universo das indústrias. Se o objetivo dos produtores é produzir mais e melhor, sua lógica favorecerá a expansão das possibilidades estéticas, de modo a atingir o maior número possível de pessoas.

Muniz Sodré, em *Teoria da literatura de massa*, em 1978, já abordava a dificuldade do conceito de literatura de massa. Um caminho

---

<sup>48</sup>MORIN, Edgar in: MARTINS, Francisco Menezes (ORG). *A genealogia do virtual*. Porto Alegre: Sulina, 2004, p.15.

possível para uma construção mais ampla e eficiente do termo passa pela divisão das palavras que integram o conceito. Portanto, é preciso definir, primeiro, o que é literatura, e somente depois, o que é massa. O conceito de massa não é menos problemático. Massa é historicamente tomado como aglomeração de indivíduos que se comportam de forma imprevisível, sendo solícita aos apelos de um líder. Os grandes regimes totalitários são caracterizados pela existência de uma mente esclarecida que, privilegiada, apontaria com segurança os caminhos a ser trilhados pela massa cega e desprovida de razão. Tal conceito foi bastante útil aos teóricos da comunicação que fizeram deste modelo a justificativa necessária para argumentar sobre a característica da cultura de massa: uma cultura feita por poucos para muitos, com o objetivo de controlar, domesticar e domar as ações sociais.

A cultura de massa possui característica dicotômica: compactua com a cultura vigente (*mainstream*) ao mesmo tempo em que propicia rupturas sociais e a universalização de comportamentos do *underground*. *Mainstream* é aqui tomado como o pensamento da maioria e o pensamento que na maioria predomina. *Underground* é o cenário social subjacente na indústria cultural, constituindo aqueles produtos que não estão no circuito de produção comum e que, por isso, não gozam de prestígio dos meios de massa.

A massa é um conjunto de pessoas que, juntas, apresentam alto poder aquisitivo, configurando um grande mercado. Não interessa a uma editora ou a um estúdio que apenas um tipo de público seja favorecido. O poder de oferta de uma editora deve ter relação direta com o poder de demanda do público. Não se trata agora de uma substituição de lógicas, mas do crescimento do impacto da lógica mercantil, impulsionada pela sofisticação da produção dos instrumentos culturais.

A descentralização dos catálogos ou o interesse crescente pelo Oriente Médio são fatores gerados pelos eventos sociopolíticos que em

nada tinham de propriamente literários, mas que interferem, primeiro, nas apostas dos editores e, depois, na escolha dos consumidores. Trata-se de uma expressão nítida do processo de globalização, um processo bem mais amplo do que uma mera estratégia de manipulação, segundo as concepções de Morin.

Em *O espírito do tempo*, para responder sobre o que é a cultura de massa, Morin começa indagando o que é a cultura das elites. Seu objetivo é fazer transparecer que os instrumentos de uma são semelhantes aos da outra, e que o autoritarismo da indústria cultural opera de forma idêntica ao da organização da alta cultura. O que difere uma da outra não são as estratégias, mas as motivações dos seus agentes.

Morin chama a atenção, ainda, para o fato de haver grande aceitação (por parte das elites culturais) das iniciativas de democratização do consumo dos bens culturais, mas uma rejeição radical à potencial liberação dos meios de produção. Trata-se de suportar a aproximação do diferente, do alheio, sem no entanto permitir que os objetos de arte se contaminem com ele. As massas são aceitas somente enquanto consumidores eventuais daquilo que foi feito especialmente para os consumidores de alta cultura.

A cultura de massa é o resultado de uma relação dialética produção-consumo, onde as ofertas criam as demandas para que estas ofereçam estratégias cada vez mais sofisticadas para atingir o mesmo alvo: o consumidor.

Instala-se assim um conflito jamais resolvido entre indústria cultural e produção artística: vende bem porque é bom ou porque é ruim? O sucesso comercial e a produção industrial comprometem necessariamente o valor de uma obra?<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup>COSTA, Cristina. *Ficção, comunicação e mídias*, São Paulo: SENAC, 2001, p.51.



Para ilustrar a relação editor x editado, a pesquisadora Cristina Costa lançou mão da imagem metafórica de Sherazade. O editor é o sultão cobrando do autor uma história nova e emocionante a cada dia. A tirania do mercado é a tirania do sultão. A introdução da ética da produção comercial na literatura altera de forma definitiva a configuração do sistema editorial e traz o *best seller* para o epicentro das engrenagens culturais. Para os frankfurtianos, essa presença da economia no domínio da cultura representa uma decadência das forças sociais, enquanto, para Morin, trata-se apenas de uma reorganização de interesses oriundos da relação potência x poder.

Mas afinal, o que caracteriza uma obra *best seller*? Em *Literatura de cultura de massa*<sup>50</sup>, Waldenyr Caldas elenca os requisitos de *happy end*<sup>51</sup>, temática acessível e enredo com peripécias, para designar o que chama de *pára-literatura*. A nomenclatura *pára-literatura* expressa o baixo prestígio desses textos, para o autor, e expõe sua filiação ideológica ao lado dos herdeiros da Escola de Frankfurt. Para ele, o *best seller* resulta de uma repetitiva estrutura narrativa que seduz o leitor por exigir baixo nível de compreensão intelectual.

Para o escritor Umberto Eco, ele próprio autor do *best seller cult* *O nome da rosa*<sup>52</sup>, que figurou durante meses nas listas dos mais vendidos de muitos países, o alto grau de erudição da obra não necessariamente afugenta os leitores. Nesse sentido, defende que o *best seller* não é uma categoria da obra, mas uma circunstância que envolve o

---

<sup>50</sup>WALDENYR, Caldas. *Literatura da cultura de massa*. São Paulo: Musa, 2001.

<sup>51</sup>O *happy end* do *best seller* não foi inventado pelos estúdios com a finalidade de convencer o público de que as adversidades socioculturais cessarão um dia. Para Morin não se trata de manipulação, mas de contrato social. O *happy end* é sinal do espírito de um tempo, uma vontade coletiva que se manifesta no destino dos personagens. A aceitação fiel das massas a essas produções é resultado do encontro de um imaginário retratado e de uma expectativa individual. Essa busca pela felicidade é facilmente representada pelo ideal da resolução amorosa.

<sup>52</sup>ECO, Umberto. *O nome da rosa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

livro, que pode ou não estar relacionada com seu modo de produção ou temas característicos.

A lista dos mais vendidos é o momento em que o consumidor esmaga o leitor, em que todo o prestígio da tradição acadêmica ou a experiência estética radical se vê num campo de embates com obras de teórica menor relevância estética.

A bússola do consumo cultural está sempre apontada para a expectativa do leitor. E é justamente sobre ele que Eco disserta em *Seis passeios pelo bosque da ficção*<sup>53</sup>. Eco revela seu conceito de *leitor-modelo*. Para ele, todo escritor escreve sua narrativa sob a égide de um código, que poderá ser decifrado pelo portador de um determinado sistema de valores. É uma espécie de sistema de chave e fechadura, onde o texto só se realiza quando encontra seu decifrador ideal. Seus seis passeios são, na verdade, seis trajetórias intelectuais sobre os mecanismos de entendimento desse sistema. O que chama de *bosque* é, na verdade, o campo do texto em si. A metáfora serve tanto para remeter o leitor da obra à possível aventura de cada leitura como também para lembrar o papel do pesquisador analista. Um texto não se oferece para apenas uma leitura, ele se potencializa para todas as leituras que sejam possíveis. Dentro de uma narrativa, há vários caminhos interpretativos. Mas se, por um lado, há um decifrador ideal, também é possível, por outro, identificar o codificador ideal. O decifrador ideal é aquele leitor que conseguirá preencher as lacunas do texto, de acordo com a expectativa do escritor. Mas que expectativas são essas e como flagrá-las? Para Eco, podemos elencá-las a partir da demonstração, feita nas páginas introdutórias de uma obra. Frases como “era uma vez” apontam o desejo do autor em retomar uma forma de narrativa infantil, sem necessariamente querer mirar o público infantil. Em alguns casos, através

---

<sup>53</sup>ECO, Umberto. *Seis passeios pelo bosque da ficção*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

do sempre arriscado discurso da ironia, pode-se perceber igualmente que o uso de uma forma verbal consagrada por um determinado gênero ou estilo, pode significar paródia ou pastiche. Um leitor atento, segundo Eco, poderá se divertir e acompanhar as intenções do escritor frase a frase.

Um *best seller* é, portanto, um livro que compreendeu o horizonte de expectativas de seu leitor e o atendeu plenamente. A obediência às demandas do consumidor oferece a chave interpretativa da sociedade de consumo. Para Muniz Sodré, as obras de entretenimento são frutos da vontade de gozar em amplitude as ofertas do mundo pós-moderno. A temática de tais obras não dispensa o verniz histórico, a temática açucarada do herói onipotente e o final invariavelmente tranqüilo para leitor e personagem. Ao tema, o autor dedicou uma monografia intitulada *Best seller: a literatura de mercado*, onde se pode atestar que, para o autor, não há dificuldade em declarar a acessibilidade do texto como a característica diferencial do *best seller*. Mais tarde, contudo, em *Antropológica do espelho*<sup>54</sup>, Sodré aponta o agendamento como um importante fator para a construção de um *best seller*:

Agenda não significa, porém, doutrinação ou inculcação de idéias em consciências dispostas como tabula rasa. Induz às vezes a esta crença o tipo de crítica dirigido à mídia por militantes políticos ou então autores como Noam Chomsky e Hans Magnus Enzensberger, quando caracterizam a mídia como indústria de manipulação de consciências<sup>55</sup>.

Esse fator ainda não havia sido dissecado na época da redação de *Best seller: a literatura do mercado*, não por insuficiência do autor, mas porque àquela altura – em 1988 – o Brasil havia recém-saído de um longo período de repressão política e cultural. Assim, qualquer tentativa de análise de agendamento, àquela altura, poderia resultar em um mero coro-denúncia à pauta dos *media* e à realidade de que esta era submetida ao poder do regime militar, gerando assim cenários sociais artificializados e pesquisas insuficientes.

---

<sup>54</sup>SODRE, Muniz. *Antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2006.

<sup>55</sup> \_\_\_\_\_, p.14.

Passados 20 anos, as características fenomenológicas da relação livro-mídia sugerem que há, sim, uma tentativa de agendamento entre mídia eletrônica e mercado editorial.

A hipótese do agendamento foi desenvolvida por Maxwell Mc Combs e Donald Shaw. Sua aplicação dizia respeito somente à produção de notícias e à atividade jornalística. É possível, entretanto, assumir que o estágio atual de desenvolvimento das mídias tornou evidente a retroalimentação entre instrumentos informativos e produtos de entretenimento e fruição. Grandes conglomerados, na expectativa de atrair o maior número possível de clientes, oferecem desde livros à animação audiovisual. A relação entre mídia eletrônica e edição de livros é, portanto, de sugestão e de retroalimentação, com intersecções provocadas e intervenções ocasionais nem sempre bem sucedidas. É justamente dessas contribuições que surgem os atuais livros mais vendidos.

Em 2009, a configuração do *best seller* aponta para uma combinação de textos com características folhetinescas e temáticas próximas às pautas geopolíticas do telejornalismo internacional.

A verdade dos meios de comunicação de massas é a seguinte: a sua função consiste em neutralizar o caráter vivido, único e de evento do mundo, para lhe substituir o universo múltiplo dos meios de comunicação mutuamente homogêneos enquanto tais, significando-se e referindo-se reciprocamente uns aos outros. No fim das contas, tornam-se o conteúdo recíproco uns dos outros – tal é a mensagem totalitária da sociedade de consumo<sup>56</sup>.

Para Jean Baudrillard, o agendamento não é uma estrutura de funcionamento, mas de pensamento. Em atividades culturais, a mídia se comporta como em um parque de espelhos, refletindo em todas as direções sua própria imagem e concepção. Nesse sentido, o *best seller* seria a parte midiática da literatura, a contribuição do mundo das letras a

---

<sup>56</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Relógio d'água, 1991, p.130.

esse acúmulo de informações geradas pelo mesmo fato e para o mesmo público.

Em *A sociedade do consumo*<sup>57</sup>, o sociólogo lança o olhar para a relação do homem x objeto. Primeiramente, para Baudrillard, o homem deixou de se relacionar com ele mesmo, no campo da produção intelectual, e até mesmo do comportamento cotidiano. Para a pós-modernidade, o que importa é uma relação do homem com seus objetos táteis ou físicos que representam – eis a ironia tão cara ao autor – aquilo que não pode ser tocado ou adquirido. Para Baudrillard, a discussão sobre indústria cultural e cultura de massas não faz sentido algum no atual estágio de desenvolvimento do capitalismo ocidental, uma vez que o consumo elevou todas as produções à categoria de produto e todos os produtos à categoria de altamente desejáveis.

Sob outro aspecto, já não é possível fugir do sistema de valoração simbólica do capital. Assim, uma editora é, por excelência, uma empresa e uma entidade de difusão da cultura. Está presente uma dicotomia que resultará numa alternância de foco e de influência. Ora a casa editorial se dedicará à prospecção de *best sellers* em potencial, ora vai procurar aumentar seu prestígio junto ao público, visando utilizar-se do capital acumulado através das vendas de seus livros carros-chefe, para aumentar o investimento em obras de risco<sup>58</sup>.

A diferença entre uma grande editora e uma pequena casa editorial não está, portanto, em quanto uma pode lucrar, mas, paradoxalmente, no extremo oposto dessa realidade: o quanto cada uma está disposta a perder. O que define a dimensão de um negócio dessa

---

<sup>57</sup>BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Relógio d'água, 1991.

<sup>58</sup>Também Bourdieu faz coro a essa perspectiva: "O empresário, em matéria de produção cultural deve reunir uma combinação inteiramente improvável, em todo caso bastante rara, do realismo que implica concessões mínimas às necessidades econômicas" (BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p.171).

natureza é qual a capacidade da empresa de perder capital investido. Ou, ainda, mergulhando definitivamente no domínio da economia: o quanto de seu investimento já é dado como perdido, como irremediavelmente irrecuperável. É por essa razão que as editoras preferem os autores consagrados que, já testados e aprovados, representam redução a níveis mínimos de risco<sup>59</sup>. São as implicações econômicas e suas engrenagens atingindo a produção de livros.

A incerteza é uma instância cara ao sistema capitalista. A concessão ou negação de crédito a quem o solicita é condicionada a cálculos conjunturais que permitem ao financista se certificar de que a operação resultará em lucro para a parte cedente. Contudo, esse cálculo nada mais é do que uma operação de especulação sobre condições futuras e, em ampla medida, incalculáveis. Neste cenário, qualquer informação que permita às empresas se certificarem de que não estão aplicando no lugar errado, é difundida pelos *media* como serviço de utilidade econômica. Temos em Baudrillard, então, uma teoria de ação da mídia em rede, em conjunto, não mais para manipular as mentes – como era defendido pela Escola de Frankfurt – mas para amalgamar o capitalismo naquilo que possui de essencial: seu espírito de levar cada vez mais longe o campo das competições.

Assim, a cultura de massa não nasce da indústria cultural, tampouco é oriunda da sociedade de consumo, é ela mesma a própria sociedade de consumo. Sua estratégia de industrialização não está mais nos estúdios de cinema, nas editoras ou nas livrarias. Sua estratégia é agora o próprio estúdio, a própria editora, a própria *megastore*. Trata-se de uma reificação irreversível, onde o conteúdo tomou conta do continente para que as operações simbólicas respondam com maior

---

<sup>59</sup>Os autores consagrados que dominam o campo de produção tendem a impor-se também pouco a pouco no mercado, tornando-se cada vez mais legíveis e aceitáveis à medida que se banalizam através de um processo mais ou menos longo de familiarização associado ou não a um aprendizado específico” (BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p.184).

velocidade aos apelos de sedução por uma parcela da sociedade a toda ela.

O *best seller* é a manifestação da vontade do consumidor, de suas aflições e de sua própria capacidade de pensar o mundo em que vive e do modo como tem vivido. Sua organização obedece a critérios específicos que inclui a presença de certos elementos e a ausência de outros. Estão presentes, como já foi mencionado, o *happy end*, o herói herdado de Homero, aquele que se apresenta como o favorito dos deuses conforme descreveu Muniz Sodré<sup>60</sup>, façanhas espantosas, lendárias, míticas, improváveis no mundo real cotidiano, e a observância do princípio aristotélico de verossimilhança nas obras de massa. Já nos *cult*, estão presentes o vocabulário erudito, a estrutura frasal longa e as divagações filosóficas.

Invariavelmente, o gênero mais frutífero para a germinação de um *best seller* é o romance. Isso ocorre como herança do folhetim publicado em jornais parisienses no século XIX, e que se tornou moda também no Brasil. O resgate de elementos constitutivos da narrativa do trivial tende a apontar para uma espécie de receita do livro ideal para venda. Inúmeras vezes se tentou elaborar uma obra dessa forma. O mais bem-sucedido exemplo dessa prática é o célebre *Tubarão*<sup>61</sup>, de Peter Benchley. Apesar disso, é impreciso afirmar que se pode, com segurança, determinar as vendas de um livro a partir de suas características estruturais. Há uma razoável margem de liberdade do consumidor, que rejeita obras pretensamente construídas para atingi-lo, como alvo, mas se apropria de outras que, em princípio, estariam interdidas a ele.

É necessário ressaltar que toda a investigação sobre o *best seller* se limita a observar o movimento de vendas, e não de leitura das obras. É

---

<sup>60</sup>SODRÉ, Muniz. *Best seller: a literatura de mercado*. São Paulo: Ática, 1988, p.18.

<sup>61</sup>Distribuído pela Universal Pictures do Brasil, o filme possui a direção de Steven Spielberg. Posteriormente, o roteiro deu origem ao livro, fato raro quando o comum é que o cinema alimente a literatura e não o contrário.

provável que o prestígio comercial do *best seller* não seja acompanhado do equivalente prestígio cultural das obras canônicas. Essa operação é realizada pelos próprios consumidores, que detectam os sinais de que há dois tipos de literatura: a das massas e a dos autores prestigiados pela academia.

O ingresso da produção intelectual na fase da industrialização data, em verdade, do estabelecimento, em 1790, do sistema de direito autoral. No momento em que a obra pode ser atribuída a um autor, institucionaliza-se o objeto livro, que pode ser tributado, mensurado e, com razoáveis dificuldades, comercializado.

A dificuldade em se medir o valor da obra criou a situação em que seu valor simbólico não apresenta inflação do valor monetário ao consumidor final. Pelo contrário. No sistema literário, quanto mais conhecido o escritor, maior a tiragem de sua obra, obedecendo ao princípio industrial de que altas tiragens geram produtos finais com preços reduzidos.

Esse sistema se equilibra quando se leva em conta que diferentes autores exigem diferentes taxas autorais. O valor desembolsado para manter um autor *top de linha* no catálogo pode, sem dúvida, majorar o preço da obra.

Uma casa editorial vende um produto material e outro imaterial. O material é aquele taxado, cujo preço está estampado nele e depende essencialmente dos insumos (papel, tinta, mão de obra) utilizados em sua fabricação. O imaterial não pode ser mensurado, mas é tão influente quanto o primeiro. É aquilo que está ao redor do livro, o que o livro representa, seu capital simbólico. Ao terminar a elaboração dos originais, o destino dos escritores é, se desejam ver sua obra publicada<sup>62</sup>,

---

<sup>62</sup>Nem sempre a redação de uma obra significa necessariamente a existência de um desejo de vê-la transformada em livro publicado. O caso de Franz Kafka, que pediu que



procurarem uma editora que esteja de acordo com o conteúdo do texto que construiu. Esta editora estará necessariamente inserida em um desses dois blocos.

a) o das editoras que fazem suas apostas nos livros de capital simbólico tradicional, do cânone: editoras de universidades, de associações, e aquelas que pretendem ser a morada das vanguardas estéticas de um país;

b) o bloco daquelas que desejam francamente produzir obras que atraiam o público independentemente do tema ou autor. Essas casas fazem investimentos em pesquisas de mercado e de satisfação dos leitores, procurando aplicar estratégias do universo administrativo das grandes corporações à realidade cultural do lugar.

Independente de em qual bloco se encontrem, todas buscarão o *best seller* em suas áreas. É o que sustenta André Schiffrin:

Os editores sempre se orgulharam de sua capacidade de equilibrar o imperativo de ganhar dinheiro com o de lançar livros importantes. Nos últimos anos, à medida que a propriedade das editoras mudou de mãos, essa equação foi alterada. Hoje freqüentemente o único interesse do proprietário é ganhar dinheiro, e o máximo possível. Hoje se acredita que as abordagens que geram lucro para a indústria de entretenimento irão produzir resultados semelhantes quando aplicadas ao mercado editorial<sup>63</sup>.

Mas para Bourdieu, essa fronteira de ideais apresenta uma zona dúbia, onde as duas realidades podem se fundir:

Uma editora que entra na fase da exploração do capital Simbólico acumulado faz coexistir duas economias diferentes, uma voltada para a produção e a pesquisa (é, na Gallimard, a coleção fundada por Georges Lambrichs) a outra orientada para a exploração do acervo e para a difusão dos produtos consagrados como a coleção como La pléiade e, sobretudo, Folio ou Idees<sup>64</sup>.

---

seu amigo Max Brod destruiu vários de seus originais, é exemplar nesse sentido. Brod não só não destruiu os textos, como os publicou.

<sup>63</sup> SCHIFFRIN, André. *O negócio dos livros*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006, p.23.

<sup>64</sup> BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p.167.

A estrutura do mercado editorial brasileiro, vale retomar, é constituída por autor-editora-distribuidora-livraria-leitor.

A noção de *autor*, no ocidente, está alicerçada na concepção cartesiana de ruptura entre sujeito e objeto.

No momento em que Descartes propõe seu imperativo filosófico, *cogito ergo sum*, inaugura uma dicotomia que é a marca do pensamento no ocidente. A narrativa bíblica apresenta uma teogonia assentada na divisão, na separação dos objetos. Ora, para ver é preciso discernir; para entender é preciso divorciar. Dessa forma, o ocidente está marcado pela existência radical de uma dicotomia formada por trevas e luz. No Gênesis, Deus constrói essa divisão e é sobre ela que se instalam os elementos seguintes. É a essência do dualismo, um dos mais potentes mitos fundadores da cultura<sup>65</sup>.

Ainda nessa chave interpretativa, mas ampliando sua dimensão semântica, estabeleceu-se uma dualidade, uma separação fatal entre natureza e ser humano. Essa separação está na raiz do sistema racional do ocidente. Especialmente em Descartes, sua obra é uma declaração de percepção de um irreversível divórcio entre o que o homem é e o que o gerou. Essa consciência é descrita pelo filósofo francês como uma invencível necessidade de olhar, de separar. O paradigma do discurso cartesiano será sempre o de separar para analisar. Desmontar o objeto para que, em pequenas partes, possamos ver de perto como funciona.

A concepção de autor, no ocidente, obedece a uma construção imaginária de individualidade e identidade coletiva.

---

<sup>65</sup> Deus viu que a luz era boa e a separou das trevas. Depois, fez com que houvesse um firmamento entre as águas para mantê-las separadas umas das outras" (GÊNESIS, 4,1).

Alfred Hitchcock disse, certa vez, que, ao escrever um roteiro, já podia ouvir os gritos da platéia<sup>66</sup>. Essa imagem emblemática de um autor antevendo os resultados de sua produção revela a consciência dos roteiristas sobre a indústria do cinema. Em 2009, o mesmo acontece com os autores editados pelas grandes casas editoriais<sup>67</sup>. Evidentemente, podemos conhecer somente o comportamento dos escritores que se tornaram efetivamente publicados. Quanto aos inúmeros originais recusados pelas casas editoriais brasileiras, todos os dias, pode-se somente especular. Não há nenhum dado para pesquisa. As editoras destróem os originais e, no caso da Cosac e Naify, o material é encaminhado para reciclagem. Ao contrário das vendas dos livros – auferidas pela CBL – não há instrumento que permita saber qual a porcentagem de textos recusados. A editora Publit afirma, em seu *site*, que, anualmente, em torno de 40 mil autores têm seus livros devolvidos. Contudo, não revela a fonte dessa informação.

Experiências de livrarias como a Saraiva e a Cultura, que possibilitam negociação direta com as editoras, tornam facultativa a presença de uma distribuidora mediando os dois pólos editora-livraria.

O sistema escolar funda um mapa da literatura universal, indiciando as obras que devem ser conhecidas, em mais um movimento de indicação. Mas, por ter em suas salas seres que ainda não são economicamente independentes – e é claro que, com o passar dos anos, essa dependência tende a se tornar cada vez menor, através de instrumentos de crédito – essa pressão recai sobre a forma da tradicional indicação de leitura por parte dos professores. Como demonstra Bourdieu:

---

<sup>66</sup>SODRÉ, Muniz. *Best seller: a literatura de mercado*. São Paulo: Ática, 1988, p.83.

<sup>67</sup>A escolha de um lugar de publicação (sentido amplo) – editora, revista, galeria, jornal – é tão importante apenas porque a cada autor, a cada forma de produção e de produto, corresponde um lugar natural (já existente ou a ser criado) no campo de produção e porque os produtores ou os produtos que não estão em seu devido lugar – que são, como se diz, deslocados – ficam mais ou menos condenados ao fracasso” (BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p. 190).

Através da delimitação entre o que merece ser transmitido e reconhecido e o que não merece, reproduz-se continuamente a distinção entre obras consagradas e as ilegítimas, e ao mesmo tempo, entre a maneira legítima e a ilegítima de abordar as obras legítimas<sup>68</sup>.

Portanto, trata-se não somente de indicar o que pode ser lido, mas também quem pode discutir o que pode ser lido e o modo como o julgamento é feito. O cânone, portanto, oferece as obras, o julgamento e as leis que vão reger esse julgamento<sup>69</sup>.

O *best seller* é o objeto que mais ostenta o efeito de *griffe*. O efeito de *griffe* é descrito por Pierre Bourdieu como o fenômeno que leva uma editora a ostentar, na capa de um livro, a indicação “do mesmo autor de...” como lembrança ao leitor desatento.

É o efeito de *griffe* que permite que um livro já seja lançado com um número razoável de exemplares vendidos. Por antecipação, os consumidores podem comprar livros e o fazem porque apostam que o autor vai repetir sua temática, estilo e desempenho. Evidentemente, nada garante que esse será um investimento gratificado, mas pelo menos uma das funções já está cumprida de antemão, que é de fazer do livro a obra mais vendida. Ao propor uma venda antecipada, a livraria realiza – voluntaria ou involuntariamente – uma estratégia de divulgação que posiciona a obra como muito procurada, o que sinaliza aos possíveis leitores que o comerciante avaliou o potencial de venda da obra como alto. Como forma de garantir maior conforto ao cliente, ele disponibiliza a obra para venda antes do prazo comum, e encontra, aos olhos de seu cliente, uma maneira de assegurar que ninguém seja impedido de ter o livro, por ocasião de seu lançamento.

---

<sup>68</sup>BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p.169.

<sup>69</sup>A literatura de massas não pode fazer o mesmo, porque sua legitimação não parte da seriedade escolar, mas do jogo espetáculo (diversão, entretenimento, higiene mental) da indústria informativo-cultural” (SODRÉ, Muniz. *Teoria da literatura de massa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978, p.11).

É um processo de repetição e retroalimentação no qual a obra é a mais procurada porque é a mais vendida, e é a mais vendida porque é justamente a mais procurada. Para o consumidor, pouco importa a razão da venda, porque seu objetivo é fazer parte da sociedade de comunicação de massa. Ele não compra este *best seller*, mas o *best seller* da ocasião, seja qual for sua temática.

Isso vale tanto para o *best seller* de massa quando para o *cult seller*.

Um *Cult seller* é um livro que escapa às estratégias comuns de vendas e ainda assim, com um caminho por vezes tortuoso e sempre particular, apresenta elevado desempenho comercial:

Um livro *cult* é um livro que está na sua estante sem que você tenha a mínima noção de como foi parar lá. Um livro *cult* também é aquele que foi seu um dia, mas que agora está emprestado. Para quem? Você não lembra mais. Mas também não adiantaria nada pedir a quem o pegou emprestado para devolvê-lo oportunamente. Pois Gerd (para quem você emprestou), por sua vez logo o emprestou para Burkhard; Burkhard devorou o livro e o colocou nas mãos de Maria e Maria insistiu que Klara o lesse. Klara leu a primeira página e achou o livro bobo. Ele o colocou na caixa dos livros velhos para vender no mercado de pulgas. Quatro meses depois, foi comprado por um estudante chinês de odontologia, junto com uma torradeira verde, por 1.5 euro<sup>70</sup>.

O trunfo do livro *Cult* é justamente a propagada ausência de propaganda institucional. O livro *Cult* procura se apresentar como o livro que venceu a resistência dos *gatekeepers*<sup>71</sup> do mercado. Ele fala de seu tempo para pessoas de um outro tempo. O *cult* é a materialização da potência contra um mercado-poder<sup>72</sup>.

---

<sup>70</sup> ZSCHIRNT, Christine. *Tudo o que você precisa saber sobre livros*. Rio de Janeiro: Record, 2006, p. 292.

<sup>71</sup>Os *gatekeepers* são os agentes responsáveis pela seleção de pauta dos assuntos veiculados nos meios de comunicação de massa.

<sup>72</sup>Trata-se, é claro, da distinção feita por Friedrich Nietzsche, entre potência e poder. Potência como sendo a força dos indivíduos e poder como sendo o que se estabelece para oprimi-los.

Livros cults levam vidas aventureiras, difíceis e trágicas. Eles provem de zonas limite da literatura, e de lá vão conquistando o coração dos leitores. São de autores até então desconhecidos, de escribas sem nome, que, para culminar, fizeram alguma coisa de errado na vida. Livros Cult são lançados por editoras obscuras, que não dispõem de departamento de publicidade. Por isso, livros Cult divertidos, coloridos, assim alegremente chamados pelas suas editoras, em geral não são Cult, mas apenas divertidos e coloridos<sup>73</sup>.

Nos Estados Unidos, dada a opulência do mercado editorial local, uma obra *cult* já nasce, de certa forma, inserida no contexto industrial. Basta lembrar que toda grande editora, todo grande estúdio possui uma produtora para assumir projetos independentes<sup>74</sup>. Por essa razão, é possível denominar o *cult* como sendo o *underground* do *mainstream*, o que significa dizer que ele existe para complementar um vazio deixado pela indústria e que, em determinado momento, será preenchido pela própria indústria.

Um exemplo dessa prática é o caso do escritor Chuck Palahniuk. Antes de começar sua carreira literária, escrevia contos cuja temática era classificada por seus pares de "distorcida e esquizofrênica, fruto de uma mente perturbada que só poderia agradar a um outro grupo de igualmente perturbados mentais e delinqüentes"<sup>75</sup>. Assim, somente pequenas publicações locais aceitavam publicar seus textos.

Com o crescimento de seus admiradores, Palahniuk chegou a uma grande casa editorial e posteriormente ao cinema. Sua obra mais conhecida, *Clube da luta*<sup>76</sup>, foi adaptada para o cinema e ganhou projeção nas inspiradas atuações de Brad Pitt e Edward Norton. O texto de Palahniuk não mudou, o que mudou foi o potencial de comercialização de

---

<sup>73</sup>ZSCHIRNT, Christine. *Tudo o que você precisa saber sobre livros*. Rio de Janeiro: Record, 2006, p.292.

<sup>74</sup>É o caso da Fox, com o Fox Independent e da Warner, com o Warner Pro.

<sup>75</sup>Esta é uma tradução do autor dessa dissertação a partir do original em inglês (STANFORD, Miles. *His name is Robert Paulsen*. Notrouble: New York, 1997, p.210).

<sup>76</sup>PALAHNIUK, Chuck. *Clube da luta*. Rio de Janeiro: Nova Alexandria, 1996.

sua obra. Esta é uma realidade que a presente dissertação tem flagrado: as razões ideológicas estão dando lugar às razões econômicas. Isso não significa, no entanto, que a economia não seja uma ideologia, mas é preciso reconhecer que as estratégias de seleção e legitimidade do mercado são bem mais complexas do que as da legitimação escolar.

Os leitores que transformam um livro num livro *cult* o fazem para se diferenciar daqueles que estão pouco se importando com livros *Cult*. Essas obras delimitam fronteiras. Há livros *cult* para os designers gráficos, para os arquitetos, para os especialistas em Índia, para os historiadores de arte, para quem trabalha com a língua inglesa para os culinários, para mim e meus amigos etc. Esses livros *cult* são símbolos de reconhecimento e, às vezes, tem a condição de símbolo de status<sup>77</sup>.

O tratamento do livro no Brasil parece estar dividido em duas concepções de literatura. A primeira é a de que um livro vale pela intenção de seu conteúdo. A forma e o estilo não seriam passíveis de análise para o sistema escolar. A validade da literatura estaria na possibilidade de revelação de um país, como se a literatura fosse uma extensão da História.

A arte agiria, pois, como vivificante, como fortalecedor da vontade moral, preparando a alma para se opor com eficácia às paixões. Neste sentido se diz que à arte deve presidir um intuito moral, que a obra artística deve possuir um conteúdo moral. A arte precisa conter algo de tão elevado que subordine tendências e paixões, precisa irradiar uma ação moral que encoraje o espírito e a alma na luta contra as paixões<sup>78</sup>.

Herança de uma suposição hegeliana, essa concepção de arte traz a noção de purificação, de atividade provedora de expurgo. A literatura é então um campo onde as questões devem ser resolvidas, ao contrário da vida cotidiana onde a resolução é contínua e se adia infinitamente. O Bem encontra o Mal e pode derrotá-lo em condições

---

<sup>77</sup>ZSCHIRNT, Christine. *Tudo o que você precisa saber sobre livros*. Rio de Janeiro: Record, 2006, p.293.

<sup>78</sup>HEGEL, Friedrich. *Da Estética*. São Paulo: Nova Cultural, 2005, p.53.

simbolicamente construídas para isso. E é em parte nesse universo que nasce o *happy end*, em geral associado ao capitalismo, mas que na verdade possui essas raízes teóricas diversas. O *happy end* seria não o espírito do nosso tempo, mas uma idealização do que deveria ser o mundo e de como a força que o controla deveria operar.

Entretanto, Hegel reconhece na arte – e por conseguinte na literatura – uma morada potencialmente aberta a muitas volições. O correto seria então isolar e analisar cada arte e a produção de cada artista de forma separada e independente.

Nos últimos tempos, este modo de ver provocou numerosas polêmicas. Observou-se, em primeiro, que semelhante fim é indigno da arte. Se é preciso, a todo custo, determinar um fim último à arte, que este fim seja tal que se baste a si mesmo; só poderia ser, portanto, um fim em si. Dizer que a missão da arte é agradar, ser origem de prazer, corresponde a determinar um fim puramente acidental que não podia ser o da arte<sup>79</sup>.

O labirinto teórico de Hegel leva fatalmente a uma concepção moral da arte. Esta fusão entre a literatura e a disciplina, entre o conhecimento e a sistematização, levou a um ensino que aleija o objeto de sua principal característica: a força estética.

A história do livro é também a história da evolução de uma forma. Porque quando nos deparamos com um, a primeira coisa que percebemos é a aparência deste objeto, físico, que contém em seu interior aquilo que buscamos, o conteúdo. Não há conteúdo sem forma. Em se tratando de livros de bolso, é importante notar que essa relação está ainda mais presente: este tipo de livro se define pela sua característica enquanto formato<sup>80</sup>.

A adaptação de livros para a televisão ou cinema recupera essa noção perdida da forma da ficção. A natureza expressiva da televisão

---

<sup>79</sup>HEGEL. *Da Estética*. São Paulo: Nova Cultural, 2005, p. 53.

<sup>80</sup>MARTINS, Leonardo. *Democracia de bolso*. Porto Alegre: Plus, 2009, 34.



impõe ao produtor uma rotina de imagens auto-explicativas, de reviravoltas e peripécias que colocam a forma, e não o conteúdo, em primeiro lugar. De outra maneira, tradicionalmente o tratamento, que o livro recebe das instituições que deveriam fomentar sua valoração, acaba por subtrair das obras seu sentido primeiro: a fruição. Destituído, de estética, a obra literária se desfaz de sua integridade e assume a condição de mera instância da vida social coletiva. Por este motivo, o país possui poucas publicações *cult*. Nesta lista, estariam apenas os autores Campos de Carvalho<sup>81</sup>, Caio Fernando Abreu<sup>82</sup>, Márcia Denser,<sup>83</sup> Reinaldo Moraes<sup>84</sup> e Marcelo Rubens Paiva<sup>85</sup>. Os demais autores que compõem o quadro dos livros *cult* são majoritariamente norte-americanos ou europeus. Acrescido destes, a lista se amplia exponencialmente. Há os considerados *malditos* da literatura francesa e que ocupam seletivo lugar numa biblioteca pessoal

---

<sup>81</sup>Campos de Carvalho é considerado a excelência do *cult* no brasileiro. Não apenas seus livros e sua temática destoam da produção comum nacional, como sua biografia. Na apresentação de uma coletânea contendo três de seus livros (vaca de nariz sutil, a lua vem da Ásia, chuva imóvel) o apresentador ressalta o fato de que em seu enterro estavam presentes apenas quatro pessoas. Essas histórias pitorescas sobre a intimidade constrangedora de certos autores se constituem numa peça importante no mecanismo que cria uma obra *cult*.

<sup>82</sup>Nascido em Santiago, Caio Fernando Abreu morreu em 1996, em complicações decorrentes de contaminação pelo vírus HIV. Sua obra de maior alcance, *Morangos Mofados*, foi lançada pela editora brasiliense em 1982, numa coleção que buscava revelar a vanguarda estética da literatura universal. O livro tratava de uma geração marcada pela falência dos sonhos de maio de 1968 e pelo profundo sentimento de angústia em relação ao futuro.

<sup>83</sup>Musa das tribos *outsiders* paulistanas, sua literatura é marcada por estabelecer uma ponte entre a estética maldita dos franceses com o mais puro sentimento de autodestruição. De certa forma, é a antecipação de literaturas atualíssimas como a de Clarah Averbuck.

<sup>84</sup>Na mesma coleção em que foi editado *Morangos Mofados*, apareceu *Tanto faz*, obra que marca o espírito de uma geração que mergulhou fundo no niilismo às portas da reabertura do regime e da anistia política.

<sup>85</sup>O primeiro livro de Marcelo Rubens Paiva, *Feliz Ano Velho* já o colocou na galeria das grandes vendagens da literatura brasileira. O título era um diálogo com *Feliz Ano novo*, de Rubem Fonseca, que abordava a violência e a esquizofrenia social urbana no Brasil. Mas o livro de Paiva tratava de um outro tipo de violência, a violência accidental, praticada através de um momento de delírio de onipotência típico da adolescência. Em um momento como este Marcelo Rubens Paiva saltou de uma plataforma, e na queda fraturou partes importantes da medula. O resultado foi uma paraplegia que o acompanha até os dias atuais. O livro é então um romance de formação e marca a estréia do filho do célebre deputado Rubens Paiva, desaparecido durante o regime militar, na literatura brasileira. Marcelo Rubens Paiva ainda escreveria mais tarde *Blecaute*, livro que, partindo de uma premissa da mais tradicional ficção científica, tornou-se outro *cult* nacional entre indivíduos de 15 a 27 anos.

*cult*<sup>86</sup>; praticamente toda a geração Beat<sup>87</sup>, e seu antecessor John Fante<sup>88</sup>; a novíssima literatura francesa, e toda a produção da revista Granta<sup>89</sup>.

Estes livros, que beneficiam a estética, que apostam na vanguarda da literatura, costumam ter boa acolhida em edições de bolso. “Estando em todo lugar – em lugares abertos ou dividindo espaço com itens de necessidade mais imediata (como remédios e comida) – o livro de bolso dessacraliza o ritual da compra de livro”, como o demonstrado:

É comum, portanto, principalmente nos Estados Unidos e na Europa, que o livro de bolso ocupe lugares pouco usuais ou que ao menos não eram ocupados por livros. Bancas de jornais, supermercados e *drugstores* são alguns exemplos de locais onde se pode achar um *pocket book*. É fácil encontrar obras clássicas de Dickens e Flaubert, por exemplo, dividindo espaço com produtos de limpeza, alimentos e remédios<sup>90</sup>.

No Brasil, o domínio em edição de livros de bolsos é da editora LP&M. Com sede em Porto Alegre, a casa tem catálogo de 579 obras, entre ficção e não-ficção, e alta aceitação junto ao público leitor.

Essa preferência tem raiz em dois fatos. O primeiro é a questão econômica. Um livro de bolso é economicamente mais viável do que o convencional, porque sua produção é menos custosa e o armazenamento menos dispendioso. A segunda questão é a possibilidade de direcionar o produto a um mercado consumidor diferente daquele que adquire obras convencionais. Essa operação amplia o público potencialmente leitor, com estratégia de sedução pela presença. Ao contrário dos livros convencionais, que estão em livrarias, *megastores* e exigem uma decisão

---

<sup>86</sup>Os *malditos* da literatura francesa são essencialmente os poetas Charles Baudelaire, Arthur Rimbaud, Paul Verlaine e o ensaísta Antonin Artaud e o dramaturgo André Breton.

<sup>87</sup>Os principais expoentes da geração *beatnick* são Charles Bukowski, Antony Burroughs, Allen Ginsberg e Jack Kerouac.

<sup>88</sup>John Fante nasceu no Colorado, em 1909. Seu primeiro romance foi rejeitado pelas editoras. O autor é especialista no que os alemães chamam de *büildungsroman*, o romance de formação.

<sup>89</sup>A revista Granta é editada há trinta anos, mas somente há dois é distribuída em território brasileiro. Nela há publicações de contos e textos de escritores internacionais.

<sup>90</sup>MARTINS, Leonardo. *Democracia de bolso*. Porto Alegre: Plus, 2009, p.19.

específica de se buscar por eles, os livros de bolso procuram o consumidor ocasional, estão sempre nas áreas de alta circulação, como aeroportos, rodoviárias, bancas de jornal e tabacarias.

O atual estágio do mercado revela predominância de *megastores* e mudança no tratamento do leitor por parte dos editores. Assim, o termo *consumidor* vai lentamente substituindo a palavra *leitor* no sistema editorial brasileiro.

## 2. DANIEL GALERA: UM AUTOR EM TRÊS TEMPOS

A obra de Daniel Galera participa de três mídias distintas. Ela nasce na internet, migra para a imprensa, até chegar ao cinema.

Galera nasceu em São Paulo, em 1979, mas cresceu em Porto Alegre. Quando tinha vinte e dois anos, fundou a editora Livros do Mal, especializada em levar para o papel as experiências que os editores tinham tido na internet. Sua experiência com a *web* começara em 1996, com contribuições para o *site* COL<sup>91</sup>. Essa *homepage* reunia inúmeros autores como Daniel Pelizari, Clarah Averbuck e Paulo Bullar, nomes que mais tarde figuraram nos veículos tradicionais da literatura: as editoras de livros convencionais<sup>92</sup>. Tais editoras procuram uma melhor interação com o público que já se mostrou interessado no texto do autor, enquanto ele ainda estava em formato digital. Pode-se especular que, para a Companhia das Letras, atual detentora dos direitos de reprodução da obra de Galera, o que interessa no processo é a internet como laboratório, como espaço experimental que permite observar o desempenho dos autores, reduzindo o risco de uma eventual aposta em suas obras. Para viabilizar seu projeto, recorreu ao FUMPROARTE<sup>93</sup>. O lançamento da editora aconteceu no Bar Garagem Hermética, um local reconhecido por ser o reduto da juventude alternativa de Porto Alegre. E foi esse o tom do catálogo de estréia da casa editorial dirigida por Galera, Guilherme Pilla e

---

<sup>91</sup>COL é uma abreviação de *Cardoso on-line*. Cardoso, por sua vez, é o apelido do escritor André Czarnobai, espécie de figura central do grupo ao qual Galera pertencia. O Anexo E traz uma entrevista concedida por Czarnobai especialmente para esta dissertação.

<sup>92</sup>A experiência de Galera com o meio eletrônico teve também influência sobre seu trabalho de editor, de modo que o catálogo da Livros do Mal não deixa dúvidas quanto ao seu perfil editorial: fazer escritores do mundo da internet serem lidos pelo público que não tinha acesso a ela.

<sup>93</sup> Programa de incentivo às produções culturais locais, criado em 1994 e financiado pela Prefeitura municipal de Porto Alegre.

Daniel Pellizari. Foram dois livros apenas: *Ovelhas que voam se perdem do céu*<sup>94</sup>, do sócio Pellizari e *Dentes Guardados*<sup>95</sup>, volume de contos do próprio Galera.

Imediatamente após o lançamento, a repercussão no jornalismo cultural foi positiva.

A começar pelo título, tirado de Hilda Hilst, *Dentes guardados* estabelece diálogos com a tradição literária, mas cada uma das 14 histórias é atravessada por referências ao cotidiano de jovens intelectualizados e saudavelmente insatisfeitos com a vida. Isso se manifesta, é claro, em situações, mas principalmente no bom ouvido de Galera para registrar o coloquial sem descuidar da forma. Seus personagens são facilmente reconhecíveis, mas não decalam a vida: são, por tudo isso, solidamente literários. Em seus melhores momentos, *Dentes guardados* retoma, sem redundância, os conflitos da masculinidade na ressaca do 'liberou geral'. Já que pode tudo, o que realmente se quer?<sup>96</sup>

Em vendas, o sucesso foi ainda maior. A edição de 1000 exemplares esgotou-se nos primeiros meses. Mas a tradição literária brasileira garantia que um livro de contos exige pouco do seu autor. Assim, o próximo passo de Galera foi enfrentar o desafio de redigir uma pequena novela. *Até o dia em que o cão morreu*<sup>97</sup>, de 2002, trazia a história de um tradutor de língua inglesa que se apaixona por uma modelo e vive a angústia de abandonar a adolescência e ingressar definitivamente no mundo adulto.

O que parecia uma história de amor se torna uma espécie de fábula sobre a decadência, como diz na orelha João Gilberto Noll: 'A história de um jovem que se exaure antes da maturidade, se exaure pela ociosidade massacrante, sem saída à vista, se exaure porque o amor lhe confere apenas soluços secos, gozos avulsos'.

---

<sup>94</sup>PELLIZZARI, Daniel. *Ovelhas que voam se perdem no céu*. Porto Alegre: Livros do Mal, 2001.

<sup>95</sup>GALERA, Daniel. *Dentes Guardados*. Porto Alegre: Livros do Mal, 2001. O autor disponibiliza versão integral da obra para *download* gratuito em seu site pessoal.

<sup>96</sup>Paulo Roberto Pires em resenha para a revista *Época*. Informação fornecida pelo próprio Daniel Galera no *site* [www.ranchocarne.org](http://www.ranchocarne.org)

<sup>97</sup>GALERA, Daniel. *Até o dia em que o cão morreu*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

Quem sabe por isso emane do livro uma aura que lhe confere, desde já — e sem favor nenhum —, o status de clássico<sup>98</sup>.

*Até o dia em que o cão morreu* aborda o mundo em construção de um jovem que de seu tem somente um vira-latas; e que se vê acuado pela evidência de que nem sempre as capacidades de conquista individual são suficientes para garantir o que se deseja.

*Cão sem dono*<sup>99</sup>, a adaptação cinematográfica contou com roteiro de Marçal Aquino, Beto Brant e Roberto Ciasca, e sacrificou certas opções narrativas do livro.

No filme, o protagonista deixa de ser tradutor de inglês para virar de russo. E a história se concentra nos efeitos do relacionamento amoroso e não mais nas decisões pessoais que o final da adolescência obriga.

A cena que encerra o livro traz uma ligação telefônica, na qual apenas a personagem Marcela procura uma resposta, não cedida pelo protagonista. A incomunicabilidade entre os gêneros masculino e feminino foi substituída no desfecho da versão cinematográfica. Nesta, a personagem declara-se apaixonada e a imagem foca um protagonista satisfeito e aliviado com a resolução da questão amorosa.

O filme de Beto Brant opta pela condução anti-linear da narrativa. No princípio, o telespectador é levado à cena de uma relação sexual entre dois jovens. Mais tarde eles revelam-se Marcela e Ciro. Ela modelo; ele um jovem tradutor do russo, que não possui qualquer tipo de fonte de rendimento próprio, sobrevivendo através do sustento financeiro de seu pai.

Marcela, após a primeira noite com Ciro pergunta-lhe o telefone. Ele laconicamente responde que não possui nenhum aparelho. Para a

---

<sup>98</sup>Ronaldo Bressane, em resenha para o jornal *O Globo*, segundo informação fornecida pelo próprio Daniel Galera no *site* [www.ranhocarne.org](http://www.ranhocarne.org).

<sup>99</sup>Direção de Beto Brant. Distribuição da Europa Filmes.

modelo, essa aversão ao contato social direto é praticamente impossível, começa aí uma espécie de fascínio pelo mundo do Outro. Marcela é uma modelo em início de carreira que sonha com viagens, cidades cosmopolitas, vida social agitada. Ciro é um recém formado que faz da inércia sua religião, da apatia uma confissão de inutilidade. O encontro dos dois é na verdade uma invasão de estilos pessoais, de projetos de vida. Ao longo da história Marcela vai lentamente envolvendo suas preferências, afetos e contatos no cotidiano de Ciro. Um desses contatos, o motoboy ingressa na história como uma hipótese nova para a vida de Ciro. Ele representa a possibilidade de construção de uma família sem o abandono de um certo comportamento suicida. Para Ciro, a dificuldade de escolher qual caminho seguir reside no fato de que nenhum caminho o parece radical. Todos parecem estar de forma definitiva sobre o muro. Na vida dos outros, para Ciro, nada é tão prazeroso que valha o sacrifício de viver, e nada é tão doloroso que fomente a decisão do abandono. Na cena abaixo, tradutor e motoboy se encontram em uma experiência de exagero alcoólico construindo um código que os aproxima. É o primeiro momento de diálogo franco de Ciro com alguém, e é também onde o protagonista admite finalmente seu amor por Marcela. Até aquele ponto do filme, a câmera circula parecendo procurar uma densidade psicológica que insiste em não emergir.



A descoberta do amor por Marcela coincide com a declaração da modelo de que é portadora de um linfoma. O filme investe então na questão da profundidade das relações superficiais, ou ainda, de que forma se constroem as relações entre adultos jovens no século XXI.

No romance, o leitor não encontra o nome do narrador. Conduzido de forma intimista, exatamente como uma confissão, Galera faz de seu *Até o dia em que o cão morreu* um franco monólogo onde o protagonista procura no leitor a cumplicidade necessária para a compreensão das ações do livro. No filme, Ciro ganha não apenas um nome, mas uma paixão, uma direção, um motivo. No livro, o protagonista não deseja o amor, nem tampouco encontrar um rumo na vida. Nesse sentido o filme subverte – e em muito – o sentido íntimo da obra de Daniel Galera. Evidentemente não se trata de condenar as diferenças entre uma obra e outra, afinal, reconhece-se a natureza dispare do cinema e da literatura, contudo, em alguns momentos a aposta do roteiro na construção de uma história de amor edificante reduz a dimensão dramática do protagonista a um estado de adolescência mental.



No filme, *Ciro* é resgatado pelos pais de sua própria vida e junto a seu cão, se impõe uma mudança radical de hábitos sociais. No livro essa metamorfose ocorre como uma natural etapa na construção do caráter do narrador.

São muitos os momentos em que a força da imagem revela metáforas visuais poderosas nas quais as descrições soam como acessórias ou mesmo insuficientes. É o caso da cena em que *Marcela* canta, enquanto *Ciro* a observa e a acompanha ao violão. Fazendo o violão base, ele parece reconhecer a metáfora do relacionamento que está construindo: *Marcela* como a figura, *Ciro* como fundo. *Marcela* como a voz que se sobressai e que se impõe sobre o vazio do apartamento – e, em ampla medida – da vida de *Ciro*.



E é também o caso de muitas outras, como nesta em que, em um em seu apartamento praticamente sem móveis, *Ciro* senta e espera que qualquer coisa aconteça. *Marcela* senta com ele, mas não parece nada disposta a permanecer lá.



Ciro observa Marcela sem procurar destruir suas ilusões a respeito do futuro. Seu existencialismo tupiniquim não milita, não sugere, não propõe.



Mas tal postura não é a mesma observada no livro. O narrador de *Até o dia em que o cão morreu* é verbal, articulado, com tendência a construir explicações para tudo o que vê ou sente. Essas discrepâncias entre o mundo da imagem e o da palavra são constantes no observador que leu o livro e somente depois foi assistir ao filme.

Vilipendiando brevemente as resoluções temáticas dos roteiristas, desloquemos a visão para os atos finais do filme – atos em que a história ganha velocidade, consistência e, não por acaso, momentos em que a personagem Marcela (em uma atuação constrangedoramente insuficiente de Tainá Muller) se ausenta da história.

Na tentativa desesperada de me ocupar, retomei o hábito de ler. Lia pelo menos quatro ou cinco horas por dia, e depois ia para o computador do escritório, ver putaria na internet. Lentamente, comecei a escrever o esboço de um projeto em literatura comparada. Mas não adiantava ter pressa, ainda faltavam alguns meses pro início das inscrições na universidade Federal. Telefonei para velhos professores e encontrei um que estava disposto a me orientar. Nas horas mais vazias eu caminhava sem objetivo pela Ipiranga, fumando e tentando ter alguma idéia. Nos primeiros dias, o cachorro me seguia, acompanhávamos um ao outro, num transe semelhante. Era a companhia ideal para mim, total ausência de palavras. Apenas alguns olhares cúmplices, mais nada. Assim como ele eu só queria me adaptar à civilização à medida que isso fosse necessário à minha sobrevivência<sup>100</sup>.



A cena acima traz ao menos dois registros relevantes. O primeiro é a curiosidade de que o indivíduo ao fundo da loja de livros usados é de fato o verdadeiro proprietário de um tradicional estabelecimento de livros da capital gaucha. O segundo é que a decoração interior e a disposição

---

<sup>100</sup>GALERA, Daniel. *Até o dia em que o cão morreu*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p.90.

dos volumes se oferece no sentido oposto ao da loja na qual o protagonista vai trabalhar, uma *megastore*. Aparecem então duas realidades livreiras: uma de resistência e conservação, a outra de renovação e de severa mercantilização da cultura.

Ao trabalhar numa *megastore*, o filme estabelece uma comparação entre dois universos de leitura. O primeiro é o do sebo, onde o protagonista se dirige por vontade própria, para ler. O outro é o da livraria que *Ciro* frequenta como profissional, e aí uma marca do profissionalismo e da uniformização das lojas. Em tempo: *Ciro* usa uma camiseta que ostenta a logomarca da editora Record, a maior do país. O *merchandising* é utilizado pelos roteiristas como uma arma irônica na tentativa de relatar o domínio da organização em torno do livro. *Ciro* não encontra apenas um trabalho, ele encontra uma maneira de participar da cadeia produtiva do livro no Brasil. O cinema flagra então o sistema literário em funcionamento, como se anunciasse a consciência da estrutura da qual se alimentou para gerar seu presente produto. A imagem é emblemática e demonstra, com eloquência – capacidade constitutiva do cinema – duas tecnologias (o telefone e o computador) a serviço de um objetivo específico: o consumo de livros.





A angústia do personagem vai lentamente se tornando consciência madura e melancólica do passar dos anos.

Depois de três semanas consegui um emprego novamente como professor de inglês, num cursinho desses para adolescentes. (...) Permanecia uma hora inteira mergulhado dentro da banheira, escutando música até a água ficar fria. E, especialmente ali, dentro da água, eu me sentia cansado. Velho, em certo sentido. No sentido que era tarde demais para morrer jovem<sup>101</sup>.

O ápice do livro e, de certa forma, do filme, é a morte anunciada do cão. Ao enterrar Churras, Ciro enterra sua velha vida. Enterra suas ilusões quanto à possibilidade de adiar infinitamente a decisão de começar sua vida.



Sentado, prostrado, começa a entender o processo pelo qual passou e mostra-se pronto para retomar sua vida do momento onde parou, no momento em que decidiu tomar o atalho que o levaria para a independência e que na verdade o levou para um isolamento de onde só saiu por intervenção da família.

---

<sup>101</sup>GALERA, Daniel. *Até o dia em que o cão morreu*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p.91.



Na derradeira cena final, Ciro espera a fala de Marcela. Ouve atentamente o que ela diz; sem, no entanto, dizer nada. Cumpre-se, portanto, a promessa feita por ele no começo do filme: "Nunca me ligo. Quando eu quero, vou a um orelhão e ligo". Mas mais uma vez há um desacordo com o que está escrito no livro.



Na literatura, Marcela realiza um monólogo durante um capítulo inteiro. Ciro ouve, mas não responde, tampouco manifesta qualquer alegria em saber que poderá revê-la. Marcela claramente faz parte de um tempo que para ele se encerrou, de uma fase de falta de rumo e de

imobilidade. Mas o cinema, com seu compromisso industrial de criar unanimidades e grandes platéias, opta pela sugestão de um final feliz onde Ciro e Marcela aceitam as agonias dos relacionamentos amorosos.

Logo após o lançamento do filme, a editora Companhia das Letras lançou uma nova edição do livro *Até o dia em que o cão morreu*. A obra, que estava esgotada, está hoje na primeira reimpressão.

A positiva repercussão do livro e, é claro, a expectativa produzida pelo anúncio da adaptação cinematográfica, catapultaram a ida de Galera para a editora Companhia das Letras<sup>102</sup>.

Seu primeiro lançamento pela casa foi o romance *Mãos de Cavalo*<sup>103</sup>, em 2006.

O romance parte de uma bem bolada configuração narrativa, na qual histórias aparentemente independentes correm paralelas, para, aos poucos, irem se imbricando: o Ciclista Urbano ganha velocidade na sua antiquada porém feroz Caloi Cross aro 20 com freio de pé, um adolescente classe-média-baixa anda aos encontrões com os amigos (e a vida), um cirurgião plástico bem-sucedido planeja escalar um cerro boliviano. Tudo culmina em um não saber-se quem se é, uma sobreposição de identidades, acompanhada pela melancólica constatação de que jamais seremos alguém além de nós mesmos. (...)Mais ou menos como um *road movie* que não sai do lugar<sup>104</sup>.

Na trama, Galera realiza um acerto de contas com a cidade onde passou a infância – Porto Alegre – e constrói um quadro das aflições de um indivíduo que não cumpriu com as expectativas que ele próprio fomentou sobre seu destino. Típico romance de formação, *Mãos de cavalo* se dedica o tempo inteiro a dialogar somente com seu interlocutor adolescente, indicando com piscadelas o domínio que o autor tem da cultura pop dos anos oitenta.

---

<sup>102</sup>A Companhia das Letras foi fundada em 1986. Já publicou 1989 títulos, de 1300 autores. É dirigida por Luis Schwarz.

<sup>103</sup>GALERA, Daniel. *Mãos de cavalo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

<sup>104</sup>Eduardo Veras, em resenha para o jornal *Zero Hora*, segundo informação fornecida pelo próprio Daniel Galera no *site* [www.ranchocarne.org](http://www.ranchocarne.org).

Em uma dessas piscadelas o narrador chama atenção para os filmes vinculados no programa Sessão da tarde.

Ainda olhando para o céu, disse com uma voz grossa, imitando dublagem de televisão: "Tudo que importa agora é a lei da gravidade". O Pedreiro deu um risinho e emendou na mesma dicção: "Lembra quando eu disse que mataria você por último? Hermano retrucou com uma vozinha esganiçada: "É isso mesmo, você prometeu". "Eu menti"<sup>105</sup>.

Já, a descrição acima é uma cena do filme *Comando para matar*. Galera não menciona isso no livro. Este é um evidente indício de que *Mãos de cavalo* possui um leitor específico e não hesita em lançar suas piadas-internas rumo a seu alvo. E seu alvo é o adulto médio, que ainda tem os anos oitenta como paradigma de cultura popular. A sessão da tarde<sup>106</sup>, aliás, se constitui em um elemento de formação e identificação da criança e do pré-adolescente da década de oitenta. Os filmes B, iam, na época, de reprise em reprise, criando um clima de estabilidade. Em um tempo em que simplesmente não havia outra mídia para divertir o público e as TVs a cabo eram escassas, quando existentes. A introdução de frases desses filmes confere a *Mãos de cavalo* um aspecto de obra direcionada ao público que na época do lançamento tinha entre 18 e 25 anos.

Passagens como essa permeiam o livro. O autor dedica parágrafos inteiros a minuciosas descrições de um ambiente infanto-juvenil no qual os objetos de consumo possuem relevância para contar o comportamento cultural do personagem central.

Além da escrivaninha, no quarto de Hermano havia uma cama de ferro tamanho solteiro, um armário de roupas que cobria uma parede inteira e uma mesinha que acomodava um combo de televisão colorida catorze polegadas e um videogame Phantom System. Prateleiras ao longo da parede onde estava encostada a cama continham uma modesta coleção de livros infantis, infanto-juvenis e clássicos, um helicóptero e meia dúzia de bonecos Comandos em Ação (Elétron, Gladion, Dragon, Falcon Piloto e Cobra Oficial), quatro bonecos He-Man (Príncipe Adam, Gorpo,

---

<sup>105</sup>GALERA, Daniel. *Mãos de cavalo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p.58.

<sup>106</sup>Sessão de filmes veiculados pela Rede Globo. O horário de exibição é das 16:00 Horas às 17:30 Horas. Há predominância de reprises de filmes norte-americanos.



Aríete e Aquático) e outros brinquedos de infância abandonados não muito antes<sup>107</sup>.

A obra de Galera não se caracteriza pela grandiloquência das imagens ou mesmo pela tentativa de descrever com o cotidiano de seus personagens. A história se baseia num romance de formação onde o leitor é conduzido em *flashbacks* (retrocessos na memória) e *flashforwards* (cenas que acontecerão no futuro dos personagens). É como se Galera quisesse não somente escrever a trajetória de Hermano, mas principalmente explicá-la, e assim cria-se uma explicação sociológica para a falta de rumo de sua geração, a falta da sensação de controle. Não se trata do fim das utopias, drama da geração anterior a de Galera, mas da acessibilidade a todas as utopias, da igual utilidade mercadológica das concepções, das teorias e dos sujeitos.

*Mãos de cavalo* revela a salvação pela profissão, pelo ofício, pelo trabalho, solução tão questionada pela geração de Galera. Por outro lado, ao colocar o trabalho como salvação apenas daqueles que se sentem culpados, como forma de expiação das culpas, Galera retoma a tradição bíblica de conquista da dignidade através da atividade de produção.

Tal qual um Adão caído do paraíso – e aí o paraíso é a infância e a adolescência onde havia tempo e a responsabilidade era apenas uma cobrança que viria no porvir – Hermano dedica-se exaustivamente ao trabalho, primeiramente ao seu preparo (o estudo, a formação necessária para exercê-lo de maneira correta) depois, a atividade em si, sempre histriônica e maniática.

Hermano ainda mantém, através do alpinismo, seu flerte com o risco, com a pulsão de morte e de destruição que foi o mito fundador de sua personalidade.

---

<sup>107</sup>GALERA, Daniel. *Mãos de cavalo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 40.

E é para contradizer o que se disse do protagonista que ele opta por ser cirurgião, uma atividade que subentende autocontrole e precisão. Controle é o que o protagonista não teve na situação em que decidiu sua vida. Precisão e poder. Um cirurgião intervém, corta, conserta, salva. O que fez o protagonista quando jovem? Esquivou-se, abdicou-se e iludiu. Na contabilidade distorcida de uma mente corroída pela culpa, quanto mais pessoas forem salvas por Hermano, mais justificada estará a morte de Bonobo.

A decisão do final do livro, de que não seria preciso fingir nunca mais é justamente a liberdade trazida pela condenação concreta. Se antes Hermano não possuía matéria humana, se identificando com os personagens rasos e mal construídos dos filmes da sessão da tarde, agora estava definitivamente alheio ao resto de sua turma. O nascimento de um Hermano real, humano, é a morte do Hermano infantil, feliz e cinematográfico. Sua história, vista do ponto de vista do leitor é profunda porque este pode penetrar nos segredos irrevelados do cirurgião. Contudo, do ponto de vista de seus pares, Hermano é um homem que superou as adversidades e tornou-se aquilo que realmente queria. Tornou-se um símbolo da força de vontade e da dimensão heróica dos desejos. Mas a verdade é que, e isso só o leitor fica sabendo, ele simboliza o extremo oposto dessa ilusão: a falta de força dos sonhos, a capacidade que o ser humano adquire com o tempo de moldar sua vida em função da vida dos outros, em viver suas alegrias muito mais por culpa das agonias alheias do que por vontade mesma de gozar com intensidade sua própria vida.

Galera é consciente da influência dos produtos midiáticos no comportamento do público pré-adolescente, como demonstra no fragmento abaixo.

A partir das nove da noite, presentes e flores foram se acumulando em uma mesa na entrada enquanto canções da trilha

sonora internacional da novela Vamp se sucediam nas caixas de som<sup>108</sup>.

Mas não é sobre esses diálogos que Galera pretende lançar sua ficção. Seu objetivo é buscar o mito fundador de seu personagem e, talvez, o princípio de sua geração.

O Bonobo acabou caindo dentro do buraco e ficou preso ali com um dos braços para dentro e outro para fora, agarrando com esse único braço a terra e as plantas ao redor numa tentativa inútil de se livrar. Assim que percebeu que corria sozinho, Hermano parou, virou a cabeça e se deparou com o que Uruguaio e os demais estavam fazendo, estavam chutando a cabeça indefesa do Bonobo que era a única parte exposta do corpo além do braço esquerdo, chutando cruelmente, de modo que Hermano não teve alternativa senão dar meia-volta para tentar afastar os filhos-da-puta, e ele até que tentou conversar, dar algum motivo para que parassem com aquela covardia, mas eles não queriam papo e não apenas seguiram pedalando a cabeça do Bonobo como partiram para cima de Hermano, que fez o que pode para se defender e ao mesmo tempo tentar salvar o amigo, mas tudo o que conseguiu foi levar porrada na cara e ser derrubado no chão e chutado sem parar, como a cabeça do Bonobo, até que eles se cansaram e foram embora rindo e perguntando quem era o machão agora, hein, hein, não demonstrando preocupação nenhuma com o fato de que o Bonobo não se mexia dentro do buraco, com a cabeça imóvel e pendente pro lado, aparentemente desmaiado com a diferença que as pessoas desmaiadas respiram e pelo que Hermano pode notar horrorizado, Bonobo não estava respirando<sup>109</sup>.

E na verdade esse mito de formação é uma narrativa sobre possibilidade que uma geração tem de recontar sua própria história, reescrevê-la da forma mais favorável possível, falsificando os fatos, transformando humilhações em prêmios, agonias em aleluias, derrota em glória.

Pois na verdade ele não voltado para ajudar o Bonobo, tinha ficado covardemente escondido dentro do mato enquanto um espancamento acontecia a poucos metros de distancia, um espancamento cujos detalhes ele só foi descobrir minutos depois, quando conseguiu tomar coragem para mostrar a cara na rua e encontrou o Bonobo preso dentro do buraco com apenas um braço e a cabeça para fora e sangue escorrendo até das orelhas, um sangue que não tinha nada de estético e mais fazia lembrar um animal atropelado no asfalto, já sem respiração, com aquela ausência de vibração orgânica que só podia significar que estava sem vida, era a morte, e uma morte da qual Hermano sentiu-se

---

<sup>108</sup> GALERA, Daniel. *Mãos de cavalo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p.120.

<sup>109</sup> \_\_\_\_\_, p.172.

imediatamente cúmplice devido a uma covardia que finalmente se mostrava inteira e que ele estava convencido a manter em segredo, pois não suportaria continuar vivendo se precisasse ostentar essa covardia dali pra frente como uma cicatriz na testa, ser o cagalhão, aquele que entrou no mato e ficou quietinho enquanto batiam tanto no seu amigo que acabaram matando; não, isso seria insuportável e a solução encontrada no momento veio na forma de um soco, não uma figura de expressão e sim um soco literal, que Hermano deu nele mesmo, no próprio rosto e depois se jogou no chão para se sujar e puxou a camiseta até abrir um rasgo e deu mais outro soco e outro e outro e outro e finalmente descobriu qual era a sensação de apanhar e bater numa briga pra valer<sup>110</sup>.

Há em *Mãos de cavalo* um princípio – ainda que acidental – de interpretação metalingüística:

O que faltava, e ninguém até então havia notado, era a tragédia. Mais especificamente, uma morte trágica. E o fato da primeira morte trágica da Esplanada ter sido a de seu morador menos estimado, não raro detestado, a corporificação da delinqüência e da agressividade despropositada dentro de uma vizinhança relativamente pacífica, veio, para perplexidade geral, a intensificar os sentimentos de abandono, de insegurança, de angústia que por fim conectavam de modo irreversível aquele grupo de indivíduos que, mais por acaso que por qualquer motivo, vieram a se assentar fisicamente próximos uns dos outros<sup>111</sup>.

A tragédia não faltava somente no micro-universo do romance, mas também na obra de Galera. As temáticas anteriores do autor se notabilizaram pela proximidade com a geração que hoje beira os trinta anos, mais pela idade do próprio Daniel Galera do que propriamente pelo modo de abordagem de seus temas.

O autor se esmera em fazer a quebra da linearidade narrativa eliminar os clichês de uma trama sobre as transformações pessoais.

Dividindo a obra em duas partes que caminham simultaneamente, Galera entrelaça, com rara habilidade, a narrativa memorialística sobre um grupo de adolescentes de Porto Alegre (...) com o relato de um dia na vida de Hermano, um médico de sucesso. E tudo isso é conduzido por uma prosa

---

<sup>110</sup>GALERA, Daniel. *Mãos de cavalo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p.173.

<sup>111</sup>\_\_\_\_\_p.181.

marcadamente individual, que diferencia o autor como um dos melhores contadores de história da nova geração<sup>112</sup>.

Logo após o lançamento de *Mãos de cavalo*, apareceram as primeiras traduções da obra de Galera para as línguas espanhola, italiana, francesa e inglesa.

*Cordilheira*, de 2008, é até o momento a ficção mais frágil do autor. Na obra opta-se pela história de Anita, uma jovem e multipremiada escritora em início de carreira. Há certa dificuldade de Galera em entender o universo feminino fora de certos clichês como a maternidade e a diferença no olhar sobre sexo. Ao leitor que acompanha o texto de Galera desde seu primeiro livro, em 2001, resta a impressão de que o autor é bem menos generoso na construção de sua protagonista feminina do que tem sido com a elaboração de seus personagens do sexo masculino. Em *Cordilheira*, Anita alterna demonstrações públicas de carência afetiva com introspectivas elucubrações oriundas de uma constrangedora e limitada capacidade intelectual.

O que diferencia a literatura de Daniel Galera das demais literaturas de outros escritores de sua geração é propriamente a aposta na necessidade de se contar minuciosamente uma história. Mas isso parece não se confirmar em *Cordilheira*. Por isto o livro representa um retrocesso na obra de Galera. Parágrafos francamente ruins como este:

Quando um óvulo é fecundado por um espermatozóide, ele logo começa a se dividir. A primeira célula vira duas, essas duas viram quatro, as quatro viram oito e por aí vai. Até atingir o número aproximado de trinta e duas, o que leva uns três ou quatro dias, essas células são chamadas células-tronco totipotentes. Isso significa que cada uma delas é um ser humano em potencial<sup>113</sup>.

---

<sup>112</sup>Beatriz Resende, em resenha para a revista *Veja*, segundo informação fornecida pelo próprio Daniel Galera no *site* [www.ranchocarne.org](http://www.ranchocarne.org).

<sup>113</sup> GALERA, Daniel. *Cordilheira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008, p.161.

se sustentariam apenas no princípio de verossimilhança no qual a limitação do texto seja na verdade a limitação de sua narradora e não de seu autor. Em certa medida, a novela parece ter sido publicada sem a simplicidade estética que caracterizou o texto de Galera até aquele momento. Por se tratar de um universo feminino, levantam-se certas hipóteses sobre a incapacidade de Galera entender e descrever a mente de uma mulher com a exatidão com que parecia desvendar a superfície do comportamento pós-adolescente masculino.

O livro faz parte do projeto Amores Expressos, em que autores brasileiros são estimulados a viajar para outras cidades, com a responsabilidade de escreverem histórias de amor. Em alguns pontos é possível ver o exagerado exercício de adequação do roteiro principal à premissa exigida pelo projeto.

O subtema de *Cordilheira* é os usos que os leitores fazem da ficção. Mas até mesmo essa investigação sorrateira, que em *Mãos de cavalo* corria sobre o efeito do acaso na formação do caráter de um indivíduo, e em *Até o dia em que o cão morreu* era o inexplicável como o único meio de salvar um homem, simplesmente não funciona em *Cordilheira*. Não funciona porque falta ao livro uma visceralidade que o enredo não consegue emprestar ao personagem. Não funciona, e isso é o mais saliente e grave, porque Galera não soube construir sua Anita – heroína obcecada pela chance de engravidar. O leitor fica com a impressão de estar lendo um exercício de ficção e não propriamente um romance já pronto. Nos momentos em que poderia apresentar uma boa prosa, o autor se vê preso a uma estrutura de narração que se pretende confessional, mas que se mostra cada vez mais pedante e afetada.

Embora a protagonista faça sexo por telefone. Embora a tecnologia apareça no texto com uma naturalidade tão comum na geração que aprendeu a ser digital desde cedo, o que se vê é um conjunto de

idéias conservadoras sobre as aspirações femininas. Em recente entrevista, o autor procura esclarecer suas razões:

Ao longo do processo, me dei conta de que uma voz feminina não era tão diferente de uma masculina, do ponto de vista literário, e que bastaria me colocar no lugar da minha personagem e aplicar nessa perspectiva o meu próprio estilo para chegar a uma voz feminina convincente o bastante. Digo "convincente o bastante" porque não é segredo para ninguém que o autor do romance é um homem, e querer dissimular isso seria uma cretinice. O resto é pesquisa, como para qualquer coisa que não se sabe por experiência própria. Google, Wikipedia, convivência, interrogatórios pessoais, outros livros. (...) De forma análoga, ela renega boa parte dos ideais de emancipação feminina cultivados por suas amigas e pelas pessoas de sua geração e classe social em geral em nome de algo considerado antiquado: quer ter um filho e tornar-se nada mais que mãe ou, nas palavras dela, "a mulher de um homem"<sup>114</sup>.

Aos olhos da crítica especializada, contudo, Galera conseguiu reproduzir o discurso feminino e ainda manter o alto nível de satisfação dos leitores que seus três primeiros livros haviam gerado.

A protagonista, Anita, mora em São Paulo. Escreve um livro que é publicado na Argentina, lugar onde tentará, a todo custo, ter o filho que não consegue com o namorado oficial, brasileiro. (...) A ausência de platitudo tanto emocional quanto no cenário instaura um nervoso eletrocardiograma a disseminar uma cordilheira. Ela espalha sua figura assombrosa por todas as páginas, nos planos material e metafórico. A exuberância técnica de Galera nas descrições potencializa o texto. (...) Trata-se de um jogo (doloroso) de identidades e de uma angustiada busca de vínculos. Cordilheira prova que o livro anterior não foi apenas sorte de um escritor jovem<sup>115</sup>.

Galera revela sua vocação para uma literatura de ética e não de estética. Em *Até o dia em que o cão morreu* a solidão flerta o tempo todo com o protagonista, embora o protagonista, no limite de uma patologia comportamental, pareça não entender a dimensão de seu isolamento social. Em *Mãos de cavalo* o isolamento provocado pela dedicação obsessiva a um projeto. Em *Cordilheira*, o sonho da maternidade como

---

<sup>114</sup>Daniel Galera, em entrevista a Daniela Birman. Disponível no *site* do autor.

<sup>115</sup>Paulo Bentancur, em resenha para a revista *Época*, disponível no *site* do autor.

antídoto à solidão. É um autor que aborda o silêncio, nascido e lido na sociedade dos ruídos intensos.

O fascínio que Galera exerce sobre grande parte da crítica cultural brasileira faz com que algumas vezes o exagero de descrições apaixonadas falsifiquem qualidades reais da obra:

Pontuado por digressões engenhosas, e movido por constantes revisões de perspectiva que mantêm os julgamentos sempre em suspenso, o realismo detalhista de Galera empresta verossimilhança e dramaticidade à história, dando vigor às reflexões que servem de eixo para o enredo. Buenos Aires aparece mais nos bares e cafés do que nas avenidas monumentais, e as descrições desses espaços, ao mesmo tempo concisas e atentas a pequenas particularidades, atestam não apenas o talento evocativo de Galera, mas também sua capacidade de observação. (...) Ainda que seja um livro sobre a relação entre escritores e suas obras, "Cordilheira" explora de maneira mais ampla a idéia da vida cotidiana como uma narrativa, indicando ao mesmo tempo limites para a auto-invenção e o caráter às vezes irrisório da distinção entre o real e a ficção<sup>116</sup>.

As descrições da protagonista são constrangedoramente neuróticas, revelando uma personagem vazia e imbecilizada. O que para Miguel Conde é digressão engenhosa, é na verdade a falta de generosidade na descrição de uma personagem que reforça certos arquétipos daquilo que seria uma personalidade feminina.

Dentro do carro, passei alguns minutos em silêncio, tentando entender se minha vontade de convidar Martín para subir comigo no quarto do hotel era absurda, patética, inoportuna, apressada, equivocada, insana, ridícula, vulgar ou aviltante. Há tantos adjetivos no mundo que em certas ocasiões fica impossível escolher um só<sup>117</sup>.

Trechos como esses estão presentes por todo o livro e são solenemente ignorados em nome dessa determinação em fazer de Galera um cânone precoce da nova literatura.

O calor que oprimia a cidade desde minha chegada durou ainda uns cinco dias, talvez uma semana. Eu fazia todo o possível

---

<sup>116</sup>Miguel Conde, disponível no *site* do autor.

<sup>117</sup>GALERA, Daniel. *Cordilheira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008, p. 37.



para me sentir bem naquele lugar, mas era impossível não encarar o clima como um equívoco completo<sup>118</sup>.

Galera é muito bem aceito pelos instrumentos de legitimação tradicionais. No começo do ano de 2009, por exemplo, Galera foi agraciado com o prêmio Machado de Assis, da fundação Biblioteca Nacional. O autor, forjado no ambiente virtual, alcança, finalmente, com méritos ou não, o definitivo reconhecimento da tradição. Isso ocorre porque, em seu discurso, conhecido através de sua literatura, não há invenções estéticas ou a ameaça apocalíptica da descrença no que é antigo. Galera parece respeitar o passado e esse respeito lhe confere uma aura de renovação com segurança. Evidentemente, essa é uma concepção especulatória e poderá encontrar sua confirmação somente ou até sua refutação, no futuro. A hipótese é que Galera tenha sido, não necessariamente o primeiro, mas o mais aparente exemplo dessa nova realidade que reúne tecnologia e velha cultura em uma mesma expressão.

Galera tem recebido sua recompensa por ter sido um dos pioneiros a introduzir a forma literária na internet brasileira. Esse fator, aliado à sua capacidade redacional, se configura num pacote de faculdades que o credenciam a tomar posse de um espaço dedicado ao autor no cenário editorial brasileiro.

Parafraseando Dominique Wolton<sup>119</sup>, é igualmente impossível entender o sucesso e o prestígio da literatura de Daniel Galera sem ver nela, em primeiro lugar, a marca de uma geração. Uma geração que nasceu com o computador e que viu seus pais consagrarem a esta máquina um misto de perplexidade e medo, agora tem a impressão de

---

<sup>118</sup> \_\_\_\_\_ p.55.

<sup>119</sup> “É impossível entender o sucesso das tecnologias da informação sem ver nele em primeiro lugar a marca de uma geração. Uma geração que nasceu com a televisão e viu seus pais consagrarem a ela parte considerável de seu tempo e, de repente, tem a impressão de estar criando seu próprio terreno de aventuras, de poder inventar alguma coisa e distinguir-se assim das gerações anteriores” (WOLTON, Dominique. *Pensar a comunicação*. Brasília: UNB, 2004, p.336).

estar criando seu próprio terreno de aventuras, porque pode, sim, inventar algo que lhe possibilita se identificar, não mais com aquilo que de fato é, mas essencialmente, com aquilo que deseja ser. É uma conexão de identidades auto-atribuídas e não mais uma discussão sobre o prestígio de identidades presumidas.

Galera não apenas transita pelas mais diversas mídias: cinema, internet e livro. Ele também multiplica através delas o sentido de suas obras. Ele é um exemplo concreto de um autor que não apenas utiliza a extensa gama de instrumentos comunicativos, como também faz deste uso sua legitimidade como autor, carregando para si, através do uso ostensivo das novas tecnologias, a encarnação de uma nova época e de um novo modelo de autor.

A obra de Daniel Galera participa de três mídias distintas. Ela nasce na internet, migra para o livro convencional, até chegar ao cinema. As razões dessa multiplicação de aparições comunicativas da obra de Galera são mercadológicas, culturais e editoriais. Não se pode determinar com exatidão qual delas prevaleceu na decisão dos leitores, espectadores e internautas de fazer de Galera um bem sucedido caso de interação entre mídia eletrônica e literatura, contudo, pode-se afirmar que, independente das causas, o resultado se materializa em um encontro, quase improvável, entre ruptura e permanência.

Os livros de Daniel Galera são legitimados por um tipo específico de público e poderá, mais tarde, fazer o autor ser classificado como *Cult*, devido muito mais aos esforços de seus leitores do que propriamente ao estilo de seu texto.

### 3. DUAS TELAS

Há vinte anos, Luiz Fernando Carvalho idealizou uma série de adaptações de obras literárias para a televisão. Enquanto não concretizava seu projeto, dedicou-se a dirigir novelas e filmes. Em 2002, levou para as telas de cinema o romance de Raduan Nassar, *Lavoura arcaica*<sup>120</sup>.

O prodígio do filme consiste na superação de uma série de dilemas, alguns falsos, outros reais. O principal deles é: como levar às telas, sem cair no reducionismo ou na literatice, uma obra literária densa, que em sua dicção elevada restaura o peso e o sentido de cada palavra, para além do seu uso cotidiano e banal? Luiz Fernando Carvalho enfrentou esse desafio buscando no plano audiovisual uma operação poética análoga a do livro<sup>121</sup>.

O resultado o animou tanto que o diretor resolveu adaptar a obra *Os Maias*<sup>122</sup>, dessa vez para a televisão.

Com a experiência adquirida<sup>123</sup>, Carvalho levou ao ar em 2007 a primeira parte do projeto Quadrante, a minissérie *A pedra do reino*.

O quadrante é muito maior, maior do que todos nós, não cabe em nenhuma classificação. Quadrante é um projeto que trago há mais de vinte anos comigo. Trata-se de uma tentativa de um modelo de comunicação mas também de educação, onde a ética e a estética andam juntas. Estou propondo através da transposição de textos literários, uma pequena reflexão sobre o nosso país.<sup>124</sup>

A minissérie era uma adaptação da obra de Ariano Suassuna, *Romance d'a pedra do Reino*. Na obra o folclore brasileiro surge como

---

<sup>120</sup>Disponível em DVD pelo Consórcio Europa, 2006.

<sup>121</sup>José Geraldo Couto, no material publicitário de *Lavoura Arcaica*.

<sup>122</sup>Minissérie baseada na obra de Eça de Queirós, disponível também em DVD pela Globo Marcas.

<sup>123</sup>Luiz Fernando Carvalho dirigiu ainda novela *O rei do gado* (1995) e a minissérie *Hoje é dia de Maria* (2005).

<sup>124</sup>Texto de Luiz Fernando Carvalho, disponível no *site* [www.globo.com](http://www.globo.com)

personagem central de uma fábula em que reconhecimento e mérito literário são debatidos à exaustão. Pedro Quaderna, o protagonista, procura recuperar o prestígio da família através da elaboração de uma grande obra literária. Como uma deformação óssea o impede de permanecer sentado pelo tempo necessário para elaborar seu livro, a tarefa toma feições de missão impossível.

Tendo estreado no dia 09 de dezembro de 2008, Capitu foi a segunda parte do Projeto Quadrante e pretendeu recontar o romance mais conhecido de Machado de Assis, *Dom Casmurro*<sup>125</sup>, escrito em 1899. A justificativa para a escolha deste texto foi a data de cem anos da morte do autor. Esse tipo de comemoração sempre fez parte das tentativas de intervenção na forma como o público vê determinado autor. Tais períodos são marcados por um extenso calendário de seminários, feiras, bienais e colóquios literários. No entanto, a anunciada boa intenção pedagógica de divulgação do autor para o grande público não consegue esconder a tentativa de melhorar o desempenho mercadológico desses autores.

Tema de inúmeras outras adaptações, o desafio que Dom Casmurro traz vai além das ordinárias questões sobre transposição de texto para imagem. A decisão estética que Carvalho precisou tomar diz respeito ao modo como sua produção abordou as suspeitas de Bentinho sobre a fidelidade de Capitu.

Esta versão de Dom Casmurro, a célebre história da paixão e do ciúme escaldante de Bento Santiago pela bela Capitu de *olhos de ressaca*, é ousada por reproduzir o texto do autor praticamente na íntegra. E é mais audaciosa ainda na encenação: rodada na maior parte em um galpão ela é totalmente livre. Os objetos em cena se movem desimpedidos para lá e para cá. Casas e cômodos, às vezes, são apenas riscos no chão<sup>126</sup>.

---

<sup>125</sup>ASSIS, Machado de. *Dom Casmurro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

<sup>126</sup>BOSCOV, Isabela, em artigo à Revista *Veja*, 10 de dezembro de 2008, p.193.

Seguindo essa lógica, a dos espaços demarcados à mão, a personagem Capitu desenha um risco no chão a giz por onde Bentinho insiste em andar, tal qual uma metáfora do absoluto controle que a personagem tinha sobre ele.

Bento, enfim, é o que no jargão se chama de um narrador pouco confiável. O leitor deve pesar o que ele diz e decidir se lhe dá crédito ou não e no quê. Transpor essa fluidez para uma obra visual é árduo: as pessoas não têm dificuldade em questionar o que ouvem ou lêem, mas tendem a crer no que vêem<sup>127</sup>.

Para o colunista Diogo Mainardi, essa denominação é absurda, uma vez que não há, para ele, nada no texto que aponte para o descrédito de seu narrador-protagonista.

Desde 1960, quando a brasilianista Helen Caldwell publicou um estudo sobre "Dom Casmurro", difundiu-se estupidamente a idéia de que Bentinho é um narrador suspeito. Nesse caso, o adultério de Capitu com Escobar teria sido apenas uma fantasia, fruto de sua mente enlouquecida pelo ciúme. O problema dessa idéia é o seguinte: desconfiar de Bentinho significa desconfiar de Machado de Assis. Bentinho - o Bentinho de Machado de Assis - é um narrador perfeitamente ponderado. Os fatos relatados por ele pertencem a um passado remoto. Ele descreve os eventos de sua vida com um distanciamento absoluto. Quando conta sua história, os protagonistas da trama, Capitu, Escobar e Ezequiel, o filho bastardo, já morreram. Seu ciúme desapareceu completamente. É só uma lembrança longínqua. O Bentinho do tempo presente, que narra em primeira pessoa, sabe dizer o que é realidade e o que é fantasia. Mais do que isso: ele é capaz de analisar todo aquele seu processo de enlouquecimento provocado pelo adultério. Com o passar dos anos, sua mágoa e seu desespero se transformaram num estranhamento irônico<sup>128</sup>.

Outras problemáticas formais foram resolvidas com soluções que revelam a aguda consciência de Carvalho sobre os limites do processo de adaptação televisiva. A presença da palavra Leitor como um vocativo, por exemplo, indica uma decisão tomada pelo diretor em não transformar o texto em roteiro. A voz do narrador, exposto frente à câmera como frente ao espectador confere à voz de Bentinho um tom de intimidade. Em

---

<sup>127</sup> \_\_\_\_\_, p.194.

<sup>128</sup> Diogo Mainardi, em seu *podcast*.

determinado momento, no último capítulo exibido na televisão, ele é interrompido por um telefone celular, tecnologia muito posterior à época em que se passa a história. Bentinho é interpretado pela precisa atuação de Michel Melamed que, em tons circenses, dá ao personagem um ar de bazófia e incredulidade.



Já Capitu é representada por duas atrizes, em duas fases distintas da vida da personagem. A primeira é interpretada por Letícia Oliveira. A segunda é pela atriz Maria Fernanda Cândido, que já havia atuado como Capitu no mal sucedido *Dom*.

Logo na primeira cena do primeiro capítulo, um vagão de metrô invade a cidade e lentamente vai revelando pichações até que o espectador é levado à figura esquelética de Bentinho sentado ao lado de um rapaz que pretende recitar-lhe um soneto. No romance de Machado de Assis a ação inicial ocorre em um bonde. Na ficção televisiva, no metrô.

É preciso ressaltar também a proposta de se misturar artes e técnicas de filmagem. *Capitu* é uma espécie de ópera pós-moderna onde se reúnem música, teatro, literatura e, surpreendentemente, publicidade. Cartões com fonte tipográfica de reclames publicitários são colocados entre uma cena e outra, num diálogo que, a um mesmo tempo, remete ao cinema mudo e ao *spot* do discurso da publicidade.

Assim, *Capitu* procura, a partir de um assunto de apelo razoável – o ciúme – partir em direção a uma reflexão filosófica de caráter universal. Mais do que um tema, Carvalho procura desenvolver um exercício intelectual que, apesar de não esgotar o objeto, oferece a terceiros chaves interpretativas úteis à ampliação das visões propostas pelo próprio Machado de Assis na obra *Dom Casmurro*.

Seu argumento na obra é de que, com o devido distanciamento, qualquer paixão ou apego torna-se leve ironia. O amor, então, se sustentaria na falta de distrações maiores. Trata-se da adoção de um discurso que expulsa os ideais românticos para instaurar, de vez, um realismo cru. Tal como na república de Platão, não há espaço para o que não seja oriundo do discurso sobre a verdade.

A posição do amor, na obra de Machado de Assis, é incômoda, deslocada, oblíqua, e na adaptação de Carvalho, é sincera. Sua câmera é fiel às emoções de Bentinho no momento em que elas acontecem. O que é amor é amor. O que é espanto, é espanto. O que é brilho, é brilho. Em nenhum momento, antecipa-se o desfecho dramático do romance de *Capitu* e *Dom Casmurro*. Carvalho não deixa sua história se contaminar com o pessimismo da obra antes da hora certa. Bentinho faz do espectador seu companheiro de alegrias e de decepções. No final, apresenta-se indisposto, cansado, exausto de rever sua própria e fracassada história. Não deseja mais dizer, somente sugerir. Não consegue mais ver, somente espiar. Propõe então uma monótona história dos subúrbios, relegando o cotidiano que, a julgar pela aparência senil do personagem, em breve o deixará.

Nas últimas cenas, *Capitu* – a nova e a velha – se unem e seus familiares, já mortos, surgem como estátuas animadas, mas pálidas. Até que, finalmente, Bentinho se traveste com as roupas da amada. Um Bentinho sorridente e esquizofrênico anuncia o final de sua história.

Sobem os créditos sobre uma região urbana, onde um trem atravessa localidades e épocas diversas.

O projeto inclui ainda as adaptações, sem previsão de estréia, dos livros *Dois Irmãos*<sup>129</sup>, de Milton Hatoum, e *Dançar Tango em Porto Alegre*<sup>130</sup>, de Sergio Faraco.

O primeiro contribuirá para a interpretação da cultura do norte do país. O segundo construirá novos debates sobre a cultura gaúcha no contexto da identidade nacional.

Todas essas pretensões traduzem o espírito didático do projeto, como confirma o próprio Carvalho:

Prefiro continuar acreditando nesta espécie de contradição entre o eletrodoméstico e a cultura, o emissor o avanço de seus conteúdos necessários. Melhor dizendo: educação pelos sentidos. Esta é a televisão que espero ver no futuro. De minha parte, ou sigo por esse caminho ou sinceramente não faz sentido<sup>131</sup>.

O projeto quadrante é o ponto máximo de intersecção entre televisão e mercado editorial. Não apenas por ser vinculado e exibido no canal de maior audiência e prestígio do país, mas principalmente por não se tratar de situações episódicas e sim de um projeto articulado e dirigido por alguém que possui declarada disposição para fazer com que essas duas esferas da cultura – a baixa e a alta; a televisão e a literatura – compartilhem o mesmo espaço, a serviço do mesmo objetivo: renovar as tradições e solidificar as vanguardas.

Historicamente, o interesse das editoras em ver adaptadas para o cinema obras de seus catálogos tem sido o de ganhar visibilidade para que essa divulgação aumente as vendas de seus livros. Por outro lado, o interesse das mídias eletrônicas em adaptações é ampliar a oferta de

---

<sup>129</sup>HATOUM, Milton. *Dois irmãos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

<sup>130</sup>FARACO, Sérgio. *Dançar tango em Porto Alegre*. Porto Alegre: LP&M, 2004.

<sup>131</sup>Anotação de Luiz Fernando Carvalho, disponível para visualização no *site* [www.globo.com](http://www.globo.com)



entretenimento para seu público. O cinema, como possibilidade de entretenimento presente cada vez mais nos templos de consumo, exerce a função de atrair o público e pode ser um veículo que conduza o consumidor ao livro.

A questão é que hoje a crise parece generalizada porque, além dos livros, são os quadrinhos e os videogames as outras fontes da indústria do cinema, como se as idéias originais estivessem em falta no cinemão, restringindo-se a seara dos independentes onde até essa originalidade é discutível dado o grande número de estruturas repetitivas com famílias disfuncionais<sup>132</sup>.

Carlos André Moreira traz para esta dissertação um tema paralelo, mas nem por isso menor, que é o da influência dos quadrinhos no cinema, representando um diálogo duplo da mídia eletrônica com a edição de livros e posteriormente da edição de livros com a mídia eletrônica, afinal um livro de quadrinhos transforma-se em filme por ser muito caro à comunidade leitora de Hq's, que terá suas vendas infladas e sua importância aumentada justamente por ter virado filme.

O que talvez surpreenda quando se para e pensa é que parece haver também uma certa crise no sentido inverso: o quanto hoje um livro depende do filme. No mercado brasileiro, pegou mania refazer a capa de um livro filmado trocando-a pelo cartaz do filme – um exemplo é o concorrente ao Oscar Foi Apenas um Sonho, de Richard Yates, lançado pela sua editora com uma capa que remete ao cartaz com o título dado pela distribuidora ao filme em português no lugar da tradução original Rua da Revolução ou Estrada da Revolução. Uma tentativa de fisgar para o livro o distraído que viu o filme, esquecendo-se que por melhor que a adaptação seja, um bom filme não saiu necessariamente de um bom livro e vice-versa<sup>133</sup>.

Os casos não param por aí: *Fim de Caso*, *Lavoura Arcaica*, *Partículas Elementares*. Todos tiveram suas capas alteradas pelo lançamento do filme<sup>134</sup>. Em certa medida, sutilmente, através da inserção

---

<sup>132</sup>MOREIRA, Carlos André, jornal Zero Hora, 10 de janeiro de 2009, p.62.

<sup>133</sup> \_\_\_\_\_ jornal Zero Hora, 10 de janeiro de 2009, p.63.

<sup>134</sup> Cf. Anexo b.

de cartões e sobrecapas com o aviso de que o livro era “agora um filme de...” em outras, fazendo parte de uma tentativa deliberada de ligação do filme à obra, como no caso de *Partículas Elementares*, em que o editor Luis Gomes retardou o lançamento de uma nova edição da obra para que ela coincidissem com a data de entrada do filme no circuito nacional.

O leitor iniciado frequenta livrarias, lê resenhas nos jornais e por esses meios escolhe os livros que vai comprar. Mas um público mais amplo, que não segue esse caminho pode ser atraído a ler por conta da grande divulgação de um lançamento no cinema<sup>135</sup>.

Também assim pensa o editor Luiz Schwarz:

O que vendia bem antes sozinho melhora com o filme. O usual é que os títulos já com potencial tenham seu desempenho incrementado depois que a adaptação para o cinema chega às telas<sup>136</sup>.

E é exatamente isso o que ocorreu com a indicação do filme *O curioso caso de Benjamin Button*, logo após sua indicação às principais categorias do Oscar de 2009.

O curioso Caso de Benjamin Button, longa estrelado pelo ator Brad Pitt, fez sumirem os livros com o conto do mesmo nome de muitas livrarias e dos sebos. Escrito por F. Scott Fitzgerald, a história do homem que nasce velho e rejuvenesce serviu de fonte para o roteiro do filme, que tem 13 indicações ao Oscar. A editora José Olympio promete colocar à venda nesta semana 3000 exemplares da segunda edição de “Seis Contos da Era do Jazz”, primeiro livro a traduzir o texto para o português<sup>137</sup>.

Não se trata somente de interesses econômicos, mas de reafirmar o princípio de intercomunicação entre as diferentes formas de arte na indústria cultural. Um mesmo modelo pode servir a muitas expressões. Dessa forma, o que funcionou em literatura deve ser testado

---

<sup>135</sup>Maria Amélia Melo, editora da José Olympio, em entrevista à Folha Press, veiculado em Zero Hora de 02 de fevereiro de 2009, página 4.

<sup>136</sup>Luiz Schawrz, editor da Companhia das Letras, em depoimento à Folha Press, veiculado em Zero Hora de 02 de fevereiro de 2009, página 4.

<sup>137</sup>Jornal Folha de São Paulo, 31 de janeiro de 2009, página 2.

em cinema, em teatro e em todo tipo de expressão do comportamento humano.

Na pós-modernidade em que tudo é business. Livros sequer lançados tem seus direitos comprados para virar filme – o que vai influir na vendagem do livro quando a produção chegar ao cinema, em um círculo financeiro que a máquina de Hollywood tem interesse em manter rodando<sup>138</sup>.

Para Solange Medina<sup>139</sup>, quando a adaptação é feita para exibição em televisão, os benefícios são maiores do que os eventuais malefícios obtidos a partir do resultado final da interação mídia eletrônica produção editorial.

Com o passar do tempo e a substituição dos rolos de filme pela tecnologia de reprodução e exibição digital, o modo de produção dos filmes se assemelha em muito à da televisão. Especialmente no projeto **quadrante**, a qualidade técnica da imagem – que aliás já vinha se mostrando em produções anteriores como *Os maias* – demonstra que a diferença está mesmo é no local de exibição e nas implicações sociais do consumo de filmes e da televisão.

A televisão é um instrumento de recepção democrática<sup>140</sup>. Ela possui, enquanto mídia, a capacidade de ser individual, experiência

---

<sup>138</sup>Carlos André Moreira, veiculado em Zero Hora de 02 de fevereiro de 2009, página 4.

<sup>139</sup>“Por mais inconsistência que a adaptação dos mesmos tenha sofrido ao serem transpostos para a linguagem televisiva, não só deram suporte a uma série de edições publicadas pela indústria do livro como acentuaram o caráter de permanência de tais histórias ao longo de gerações.” Solange Medina in: *A produção cultural e a criança*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2005, p. 43.

<sup>140</sup>Evidentemente este é somente o caso da TV aberta. A questão da democracia na televisão é controversa, reconhece-se. Do ponto de vista do emissor, a democracia reside no esforço em se montar uma grade de programação que agrade à heterogeneidade do público espectador. Do ponto de vista do receptor essa liberdade restringe-se, lamentavelmente, a possibilidade de se desligar o televisor sempre que julgar necessário. Em Dominique Wolton, o aparelho de televisão encarna um conceito democrático inerente ao seu uso: “A televisão é atualmente um dos principais laços sociais da sociedade individual de massa. Aliás, ela é também uma figura desse laço social. Como já disse muitas vezes, a televisão é a única atividade compartilhada por todas as classes

solitária onde o emissor lança uma mensagem a um receptor hipotético e tem sua resposta a partir das aferições imediatas de audiência do IBOPE.

Já o cinema possui natureza econômica mais restritiva que a televisão. Os estúdios realizam exibições para um grupo especial de espectadores cujo resultado interferem numa segunda edição, provocando alterações no roteiro e no corte final.

As emissoras de televisão operam dentro de um fluxo de cotidiano, no qual as produções oriundas do cinema integram a grade de programação como forma de suavizar e modificar o fluxo normal. Não à toa os quadros que passam filmes são reservados aos horários de entretenimento. No caso da Rede Globo, como já se afirmou aqui, há quatro horários de filmes: de segunda a sexta, a partir das quatro às seis horas. Às segundas-feiras, a partir das 22 horas na chamada *Tela Quente*, no começo da madrugada, no *Intercine*, nos domingos, na *Sessão de Gala* e no *Domingo Maior*, nos dias úteis o *Corujão*, além do horário denominado *temperatura máxima*. Sempre filmes em função do entretenimento. Nos produtos de excelência estética, como as séries brasileiras, que costuma produzir duas vezes ao ano, a Rede Globo trata com tanto esmero tais produtos que por vezes a produção escapa do *modus operandi* da televisão e vai para um requintado padrão cinematográfico.

Esse padrão de identificação tem muito mais a ver com a linguagem utilizada pelos atores nessas produções, e pelo tipo de câmera utilizado na captação das imagens do que propriamente por uma transformação significativa entre uma mídia e outra. Quando o assunto é mídia eletrônica e literatura, cinema e televisão possuem muito em

---

sociais e por todas as faixas etárias, estabelecendo, assim, um laço entre todos os meios" (WOLTON, Dominique. *Pensar a comunicação*. Brasília: UNB, 2004, p.135).

comum, de tal forma que certas vezes é difícil elencar diferenças evidentes entre uma produção para TV e outra para o cinema.

Tal encontro por vezes facilita a migração da série para a exibição em cinema. Mas a mesma semelhança que facilita o transporte de um suporte ao outro também dificulta a aceitação por parte do público. Diversos programas veiculados pela televisão e posteriormente tornados filmes para exibição em salas de cinema apresentaram desempenho de bilheteria abaixo do esperado<sup>141</sup>.

A televisão, ao explorar criativamente seus recursos tecnológicos, prova que também pode criar formas de representação simbólica do real, esteticamente funcionais, embora diversas das provenientes da literatura<sup>142</sup>.

Essa reestruturação *culturofágica* da TV dificulta o trabalho de descrição de certas produções pelo código da escrita. O *site* [www.capitu.com.br](http://www.capitu.com.br) demonstra como a televisão – e ainda mais com a ajuda da internet – pode redimensionar o objeto matriz e dele extrair derivados anteriormente inimaginados.

O que era antes texto e tornou-se hipertexto, agora se constitui em uma rede social. Capitu, a personagem, não é mais que um pretexto para a discussão sobre o conteúdo real da obra: o ciúme. Ocorre uma celebração da humanidade através da descrição de Machado de Assis. É como se a obra existisse para confirmar a complexidade dos seres humanos e como se os seres humanos existissem para testemunhar a complexidade da obra literária.

---

<sup>141</sup>No Brasil o caso mais recente é o da série *Antônia*, da Rede Globo, que no circuito do cinema teve desempenho comercial decepcionante. A explicação, em parte, se deve ao fato de o público da televisão não ser necessariamente o mesmo que o do cinema. Há ainda uma outra hipótese que repousa sobre a força do ineditismo de uma história para levar o espectador ao cinema, afinal, poucos estariam dispostos a desembolsar valores relativamente altos para assistir algo que já assistiram antes de forma gratuita.

<sup>142</sup>AMODEO, Maria Tereza. *Identidade cultural nas adaptações de textos literários brasileiros para a televisão*. Porto Alegre: biblioteca Irmão José Otão, 2000, p.220.

Isso é possível através das variadas ferramentas midiáticas que instauram, não apenas uma nova abordagem sobre a peça de ficção, mas uma nova linguagem onde a ficção pode demonstrar toda a sua realidade.

Para Diogo Mainardi, por exemplo, a televisão – no caso específico de *Capitu* – não foi simplesmente além do texto escrito, ela de fato tomou um atalho e tangenciou a obra.

A série *Capitu* tem um aspecto circense. É Machado de Assis encenado por Orlando Orfei. É Bentinho imitando Arrelia no picadeiro de Fausto Silva: "Como vai, como vai, vai, vai? Eu vou bem, muito bem, bem, bem". Luiz Fernando Carvalho usa uma linguagem grotesca, afetada, espalhafatosa, cheia de contorcionismos e de malabarismos. Machado de Assis é o oposto. No livro *Dom Casmurro*, o relato de Bentinho é espantosamente seco e desencantado. Ele narra sua história apenas para combater o tédio: sem drama, sem sentimentalismo, sem teatralidade. A série festeja o abastardamento da obra machadiana<sup>143</sup>.

O abastardamento nada mais é do que a desintegração da figura de escritor. E Mainardi está absolutamente correto quanto a isso. A adaptação literária retira a autoria de seu escritor original e a eleva a um patamar de patrimônio público, de imaginário comum. Em toda adaptação para a televisão – e também para o cinema – o que vemos é o crescimento da obra e a diminuição do autor que a idealizou. No cinema essa operação é ainda mais perversa. A reputação de José Padilha, por exemplo, é bem maior que a de Luis Eduardo Soares, autor do livro que deu origem a seu mais premiado filme, o denso *Tropa de Elite*, e até mesmo maior do que seu roteirista, Braulio Montovani.

Dentro desse emaranhado de suposições sobre o impacto da mídia eletrônica na produção editorial, Muniz Sodré, em *Teoria da literatura de massa*<sup>144</sup>, propõe algumas hipóteses que podem lançar luz ao tema.

---

<sup>143</sup>Extraído do *podcast* de Diogo Mainardi, em [www.veja.com.br](http://www.veja.com.br)

<sup>144</sup>SODRÉ, Muniz. *Teoria da literatura de massa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

A primeira delas é que a literatura possui um grau moderado de independência dos processos materiais. A segunda é que a literatura é uma formação ideológica capaz de resolver tensões sociais através da proposição de um novo saber a partir da re-elaboração dos elementos de consciência do sujeito. A terceira hipótese se refere a que o termo *ideologia* esteja relacionado à possibilidade de produção de sentido de um objeto cultural. A quarta é que o texto literário seja uma invenção homologada pelo Ocidente porque obedece a um conceito de elaboração individual e não coletiva como seria no Oriente. A quinta, e mais cara contribuição para esta dissertação, é de que a literatura de massa não é uma *anti-literatura*, uma *pára-literatura* ou uma *subliteratura*, mas tão somente uma *outra* literatura, que usa o mito como instrumento de discurso ideológico, o que equivale a dizer que há duas literaturas, defesa dessa dissertação, uma que é de mercado e outra que é instrumento de *culto*.

A análise de Sodr e   relevante porque, dentre outras coisas, levanta a d vida sobre as rela es entre *ethos* de uma sociedade e o conteúdo de suas produ es culturais. Especialmente no cinema, um dos temas desse capítulo, essa rela o   mais perceptível. Como exemplo, o autor cita o caso de *O exorcista*, onde um evento de possessão demoníaca na tela simbolizaria o medo da transforma o da sociedade norte-americana em rela o   ameaça sempre presente do *outro*, seja este *outro* um regime, um vizinho ou um desejo.

Na literatura, contudo, alguns editores defendem que não há rela o direta entre a estrutura psicológica de uma sociedade e os livros que ela consome, conforme defende André Schiffrin.

Durante as décadas de 1920 e 1930, alguns dos livros mais lidos eram altamente críticos ao *ethos* de sua época. *Main street*, de Sinclair Lewis teve 400 mil exemplares em 1920. *Rainha*

*Vitoria*, de Lytton Strachey, 200 mil<sup>145</sup>.

Nas relações entre cinema e produção de livros, Luiz Fernando Carvalho é um dos que ostentam um caso de relação bem sucedida no que diz respeito a adaptação de uma obra considerada como fora do circuito da literatura de massa. Em 2002, Carvalho adaptou o romance *Lavoura Arcaica* e o fez de forma surpreendente e autoral. O cineasta transpôs cada estrutural verbal pronunciada no livro para o universo da imagem, procurando, a partir da inserção do narrador em *off*, equacionar, de uma só vez, muitas das questões que costumam caracterizar os processos de adaptação para o cinema, conforme demonstra Antônio Hohlfeldt:

A mais simples enunciação literária, digamos: "Pedro saiu apressadamente de sua casa em direção à escola", exige, do cineasta, a solução de uma série de problemas que o desafiam de imediato: Pedro é menino, adolescente ou adulto? Que cor de pele e outros aspectos físicos caracterizam Pedro? Como se veste ele? Que características tem sua casa? O que significa, para uma imagem cinematográfica, o advérbio "apressadamente"? Como é a escola? Esta direção significa à esquerda ou à direita, ladeira ou rua plana, ladeada de árvores, asfaltada, ou ainda uma simples estrada de terra batida?<sup>146</sup>

O resultado do processo de adaptação de *Lavoura Arcaica* agradou não somente à crítica como também ao autor. O filme é um símbolo de que somente o cinema pode emprestar à literatura um ingresso relevante para o debate, se seu conteúdo repercute na sociedade de consumo.

Talvez porque falte aos livros de Paulo Coelho uma adaptação para o cinema, suas vendas estejam apresentando queda ano após ano<sup>147</sup>. Em geral, a adaptação ocorre como uma premiação, uma espécie de carimbo indicando que aquela é um livro que merece ser lido. No atual

---

<sup>145</sup>SCHIFFRIN, André. *O negócio dos livros*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006, p.27.

<sup>146</sup>HOHLFELDT, Antônio. "Cinema e literatura" in *Literatura em tempo de cultura de massa*. Org. AVERBUCK, Ligia. São Paulo: Nobel, 1984, p.129.

<sup>147</sup>Dado obtidos a partir do confronto de informações reveladas pelas editoras Objetiva e AGIR.



estágio de desenvolvimento da indústria cultural, não se necessita do cinema para transformar a obra em *best seller*, mas para transformar *best seller* em modelo de comportamento para seus compradores.

O cinema, nesse sentido, transforma o imaginário presente em determinada obra em estrutura perceptível e, ao dotá-lo de certos elementos inerentes à cadeia de produção dos filmes – atores de prestígio, roteiristas e engenheiros de som – compõe um produto que pode ser precificado.

A materialidade da tela transforma os personagens da obra – anteriormente literária e agora audiovisual – em detentores das características físicas dos atores que os representam. É como se Tarcísio Meira, ao representar o capitão Rodrigo da obra *O tempo e o vento*, embora seja um caso de adaptação para a televisão, passasse a se constituir, ele próprio, em Rodrigo Cambará. A adaptação empresta feição física e coletiva ao que é essencialmente uma construção individual, íntima e abstrata.

Por essa razão, em ocasião da morte de escritores, as editorias de telejornais preferem sempre reproduzir o *combo*, formado por entrevistas de arquivo com o autor, declarações de outros agentes do sistema midiático (atrizes, cronistas, diretores) sobre o indivíduo que morreu, e imagens de suas adaptações literárias para o cinema e para a própria televisão.

Quando as adaptações para o cinema, mesmo que controversas, conseguem propor ao leitor uma imagem verossímil dos personagens da obra e do universo narrativo que ela contém, os resultados aparecem de duas formas:

- a) em vendas – e este foi o caso de *Harry Potter e a pedra filosofal*<sup>148</sup>, em que a produção do primeiro filme auxiliou na construção de uma crescente exigência por mais e mais capítulos da saga do *menino bruxo*, uma vez que seus produtos licenciados (mochilas, acessórios de vestuário e brinquedos cujas embalagens remetiam ao tema do filme) financeiramente desaconselhavam o encerramento da série<sup>149</sup>.
- b) ou em prestígio, como foi em *O código da Vinci*<sup>150</sup>. Embora não se tenha instrumentos de precisão capazes de realmente auferir de que forma uma obra pode ser beneficiada simbolicamente por uma adaptação para o cinema, acredita-se que o ingresso desta, e de outras obras, no universo de produção hollywoodiano opere como um avalista, não tanto da qualidade, mas da relevância de determinada produção para a cultura da sociedade no momento em que foi produzida.

Paulo Coelho, por exemplo, está devidamente integrado à vida digital. “Antes era a maquina de escrever elétrica, agora o computador. O meu pensamento não se acostuma com a velocidade da escritura manual<sup>151</sup>”, diz ele. E o filme que faltava à sua obra já está em fase de finalização, com previsão de lançamento para o segundo semestre de 2009. A produção se chamará *Veronika decides to die*. Isso demonstra

---

<sup>148</sup>ROWLING, J.K. *Harry Potter e a pedra filosofal*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

<sup>149</sup>Não é, contudo, um caso novo. Produtos licenciados a partir de livros são um velho e conhecido fenômeno econômico-literário: “ainda que a comercialização de livros estivesse apenas no começo na Alemanha, empresários espertos reconheceram que era possível ganhar uma montanha de dinheiro com o Werther, e não apenas na forma de livro. Lançou-se perfume Werther, objetos decorados com estampas Werther. Foram vendidos retratos em perfil dos personagens e ilustrações das cenas mais emocionantes da história” (ZSCHIRNT, Christine. *Tudo o que você precisa saber sobre livros*. Rio de Janeiro: Record, 2006, p. 293).

<sup>150</sup>BROWN, Dan. *O código da Vinci*. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

<sup>151</sup>Paulo Coelho, em seu *site* pessoal ([www.paulocoelho.com](http://www.paulocoelho.com)).

que a mídia eletrônica já começa a interferir não apenas no mercado editorial, mas já na primeira ponta do processo editorial: o autor.

Será, talvez, este, o caminho natural a ser trilhado por outras obras que quiserem, além de dominar o campo da literatura, reinar no terreno da sociedade de consumo<sup>152</sup>.

Isso não significa, contudo, que essa dissertação tenha a intenção de endossar a perspectiva de que literatura e sociedade são instâncias separadas, o que necessariamente só poderia ser realizado a partir do desprezo dos indícios, cada vez mais evidentes, de que uma está dentro da outra<sup>153</sup>, exatamente como na célebre imagem descritiva de Machado de Assis.

O mercado editorial como um todo, e não apenas a literatura, atravessa um momento de profuso diálogo com outros campos das práticas humanas. A decupagem de um desses diálogos (no caso, mídia eletrônica e mercado editorial) é um dos efeitos estimados da presente análise.

---

<sup>152</sup>Há casos, no entanto, em que *best sellers* contrariam as expectativas editoriais e possuem começos incomuns: "Contrariando uma série de regras, Harry Potter e a Pedra Filosofal, bem como os outros três títulos que o seguiram, da escritora escocesa J.K. Rowling, não passaram pelos bancos da escola, chegaram até ela pela mão e gosto do leitor. Subvertendo também a mercantilização por que passa a produção cultural hoje, especialmente a infanto-juvenil, seu herói não veio da televisão do cinema ou dos quadrinhos. Foi levado à tela grande e ao mercado de produtos licenciados depois de ter se constituído em estrondoso sucesso de leitura entre crianças, jovens e adultos, em diversos países" (JACOBY, Sissa. *A produção cultural e a criança*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2005, p.194).

<sup>153</sup>"Se tu lembras bem da Capitu menina, há de reconhecer que uma estava dentro da outra, como a fruta dentro da casca" (ASSIS, Machado. *Dom Casmurro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007, p.223).

## CONCLUSÃO

O fragmento de conclusão de um trabalho intelectual deve, por tradição, apresentar os resultados da pesquisa e a síntese do que se realizou. Contudo, defende-se aqui a noção de que cada elemento analisado é um elemento concluído. Assim, quando bem realizada, quando bem construída, cada proposição traz consigo seu encerramento, sua conclusão lógica.

Por outro lado, reconhece-se as implicações que insistem em repousar sobre o tema mesmo após 80 páginas. Para esclarecê-las e – sempre o paradoxo – para ampliá-las, continuarão os argumentos, as suposições, as estratégias de colocar o que se pensa à prova. É como se a própria conclusão solicitasse e merecesse embasamento teórico, sustentação com vozes externas a esta dissertação. É como se o fim fosse um fragmento do princípio. Nada de causa e conseqüência. Mas a causa na conseqüência e a conseqüência na causa.

A história da pesquisa em comunicação tem mostrado que as paixões não apenas contaminam o olhar como já se constituíram no próprio método de análise de alguns acadêmicos. Desse modo, produzir superstições e preconceitos com *griffe* de ciência está no topo da extensa lista de crimes passíveis de serem cometidos por um pesquisador. Na ânsia em fugir de tal prática, procurou-se manter sempre uma intensa relação entre as reflexões realizadas nesse trabalho com efetivas atividades de campo. Uma dessas atividades resultou na primeira editora brasileira a publicar livros somente no formato digital. A PLUS<sup>154</sup>, a exemplo de outras editoras existentes em países como Japão e Estados Unidos, produz conteúdo para consumo no celular, notebooks e *smart phones*.

---

<sup>154</sup> Editora fundada em novembro de 2008, cujo catálogo é disponibilizado para *download* gratuito através do endereço digital [www.editoraplus.org](http://www.editoraplus.org).

Atualmente, a casa possui 12 títulos no catálogo, com previsão de lançamento de 40 títulos até o final deste ano. O modo de produção das obras é cooperativado, o que torna a editora não apenas uma simples produtora de livros, como também a mantenedora de um espaço sócio-cibernético de contato entre escritores, capistas, diagramadores e editores. A portabilidade dos arquivos digitais permite que a PLUS reduza os intermediários, incentivando a relação direta entre leitor e obra.

Contudo, ainda há muita controvérsia sobre a possibilidade do livro ser transformado em conteúdo digital. É possível que as iniciativas norte-americanas da Amazon.com, e da criação do Kindle <sup>2</sup><sup>155</sup> transformem a demanda e a recepção dos livros eletrônicos. Dessa forma, é provável que um novo estudo sobre o mercado editorial brasileiro, realizado após este, traga uma configuração bem diversa da exposta aqui. No momento, a criação dessa editora é o primeiro de uma série de frutos gerados pelo impulso das reflexões aqui desenvolvidas.

As dificuldades para o desenvolvimento das tecnologias digitais de edição residem principalmente no conjunto de práticas sociais de leitura, instauradas pela invenção do livro, e ainda estão presentes na construção de bibliotecas e espaços para leitura. Outro empecilho é a incompatibilidade técnica entre formatos e máquinas decodificadoras.

No Japão, os livros mais vendidos já são aqueles diretamente editados em forma digital. As razões econômicas parecem estar no topo novamente. A geografia do país eleva o valor dos espaços mobiliários. Dessa forma, bibliotecas particulares são indesejáveis. A forma de armazenamento dos livros digitais surge como opção viável para aquele cenário.

No Brasil as iniciativas na área de edição de jornais demonstram que a impressão continua tendo o sentido de legitimar o veículo. Quando

---

<sup>155</sup> Aparelho leitor de livros eletrônicos, disponível para venda nos E.U.A.

e se esse sistema de legitimação vai terminar, é uma questão ainda sem resposta. O que acontecer com o mundo do jornalismo servirá de precedente para o mundo editorial de livros.

Durante os trabalhos de retrospectiva bibliográfica, predominou a discussão ideológica entre visão francamente mercadológica do processo de edição de livros e a escola de Frankfurt.

Esta escola de Frankfurt – menciona-se *esta* por acreditar-se haver outras, tantas quantas forem suas interpretações – se caracteriza pela dicotomia da ilusão e da consciência, da mentira e da verdade, do falso e do verdadeiro, do pó e da rocha. Mas a única prova dessa libertação do espírito, dessa perda do olhar distorcido, enfim, a única evidência dessa vontade moral é a autodeclaração de liberdade intelectual emitida por seus partícipes<sup>156</sup>.

Qualquer pesquisador que refizer esse trajeto esbarrará fatalmente na mesma polarização exposta aqui. Trata-se de uma discussão anterior à mídia eletrônica. Uma discussão sobre o valor das coisas e os motivos dessa valoração. À primeira vista a temática é de aspecto econômico, administrativo:

Nos anos 80, com velocidade espantosa, o Brasil fez uma passagem da frase do Goehring: “quando ouço falar em cultura, eu puxo um revólver”, que vigorou por aqui por vinte anos, para a frase do magnata americano parodiado por Michel Piolli no filme de Godard, “quando ouço falar em cultura, puxo meu talão de cheques”. O Brasil entrou na era do mercado. Na época, a Ilustrada abraçou com alegria a relação entre a cultura e o talão de

---

<sup>156</sup>“O engodo da indústria cultural, cujo poder lembra o da magia mítica, será duplo. Ela mantém as massas surdas, não as encorajará a recuperar a audição e reforça ainda mais essa enfermidade ao fazer acreditar que não há problema nenhum que todos escutam muito bem. Produz, então, uma série sonora ininterrupta e sempre repetitiva que, por assim dizer, ocupa constantemente ouvidos e cabeças como se não houvesse nem possibilidade de silêncio nem de sons outros. A indústria cultural não só mascara a violência social que separa classe privilegiada (e que pode ter sensibilidade artística) da massa dos trabalhadores; em vez de denunciar a surdez desses últimos, os acostuma a sempre ouvir o mesmo disfarçado de novo, os leva, portanto àquilo que Adorno chama de regressão da audição e que somente um intelectual culto, isto é, privilegiado, como era o próprio Adorno, tem meios críticos de diagnosticar como regressão”, (SELIGMAN-SILVA, Márcio. *Crítica e rememoração*, vinculado na revista *Cult*, p. 18).

cheques. O mercado resolveria o problema da cultura. A lógica de mercado aplicada à cultura vai criando uma reversão: começamos com a idéia de que as coisas se vendem porque têm valor e, após algum tempo, passamos a acreditar que elas têm valor porque se vendem<sup>157</sup>.

A lógica do consumo trouxe para as livrarias a noção de que não era mais necessário obter aquilo que teoricamente poderia vender. A incerteza inerente à qualquer atividade empresarial recomenda que cada livraria tenha o maior número possível de produtos, da maior variedade atingível. Por isso, numa *megastore* convivem não apenas harmoniosamente *best sellers*, *long sellers* e *cult sellers*.

A analogia pode ser feita através da televisão. Na TV aberta, a grade de programação se oferece de forma a disputar audiência com outros canais. Na TV fechada, todos os canais se somam para satisfazer o consumidor. A audiência imediata não é o mais importante, passa-se ao desejo de uma audiência fiel que possui apenas um momento para manifestar sua fidelidade: o cumprimento dos pagamentos da mensalidade de seu plano. É por essa razão que os programas da TV a cabo possuem repetições, reprises e são apresentados em horários alternados. Uma *megastore* opera como uma concessionária de TV a cabo: ela liga o leitor ao livro, criando um ambiente onde tudo se apresenta, não importa o quê. O compromisso de uma editora – tal qual o de uma livraria – passou de mediador de um fator ideológico para o de fornecedor dos desejos de consumo do cliente. Não é uma mudança operada de forma brusca. É possível que a lógica do consumo tenha criado uma nova ideologia baseada na necessidade constante de consumo até que o livro seja o artigo menos importante dessas livrarias. Como se não importasse o conteúdo divulgado, mas apenas o princípio da livre divulgação.

---

<sup>157</sup> KEHL, Maria Rita. *20 anos de ilustrada*, vinculado no jornal *Folha de São Paulo*, página E2, encarte especial, 10 de dezembro de 2008.

Posteriormente, o que era apenas um imperativo econômico torna-se um elemento ideológico:

Há um novo segmento da classe média, com mais dinheiro no bolso no final do mês e com vontade de se aprimorar. Mas, como em grande parte, sua formação é precária, opta por livros de auto-ajuda ou pela ficção sem maiores desafios intelectuais<sup>158</sup>.

Essa desagradável tendência a confundir vendas com opção estética é comum nos editores. Luciana Villas Boas arrisca uma interpretação que foge da possibilidade de comprovação. Não se sabe ao certo quem consome o livro de auto-ajuda. Pode-se saber somente que ele é consumido. É provável que o baixo valor simbólico desse tipo de publicação para as classes sociais A e B gere um receio em se declarar a eventual preferência por esse tipo de leitura. Por outro lado, a formação de cultura formal das elites não proporciona necessariamente a leitura das obras clássicas ou, na definição da própria Luciana Villas Boas “ficção sem maiores desafios intelectuais” talvez – e é isso o que se esboça após a leitura da bibliografia que deu corpo a este trabalho – o que diferencia um público e outro é a consciência do que se espera dele.

Não está interdito imaginar que um leitor de Reinaldo Azevedo compre também Marcelo Rubens Paiva. Ou ainda que a auto-ajuda de Roberto Shinashiki conviva tranquilamente em muitos lares ao lado de uma tradução de T.S Eliot.

Isso não ocorre por indecisão estética, mas pela natureza da variabilidade e da diversidade. Mais do que considerar o consumo das classes sociais C e D como localizado nas produções que não exigem desafios intelectuais, é preciso reconhecer que talvez as atuais classes A e B simplesmente não desejem desafios intelectuais, não porque não teriam coragem de enfrentá-los e desmontá-los, mas porque essencialmente

---

<sup>158</sup>Luciana Villas Boas, editora da Record, em entrevista à Revista Cult ano 11, número 130, p. 21.



enxergam a cultura no campo do entretenimento. E, no caso da auto-ajuda, esse evento pode fazer parte de uma necessidade psicológica de receber a receita no consultório médico. A simplificação da vida pela auto-ajuda talvez não seja uma burrice, mas um reconhecimento da impossibilidade de se viver num mundo de complexidades, uma busca incessante rumo à simplicidade do raciocínio de causa e consequência.

Portanto, não é possível avaliar quem consome o quê.

Por trás do problema da cultura está o problema do Outro, a exposição do *alter*, do que não pode ser conduzido para dentro sem tornar-se parte de nós, e daquilo que ao mesmo tempo não pode ser conduzido para fora sem já antes ter sido interno.

O rebaixamento da cultura alheia é uma tentativa de reduzir seu poder de sedução. E sedução é uma operação bem mais complexa que manipulação. A repetição tautológica dos males da sociedade de consumo, da uniformização da cultura de massa tem como objetivo principal ocultar o poder de sedução dessa cultura.

O medo da morte de determinada cultura traz em si o medo do nascimento de uma nova cultura. No campo da comunicação e de uma ciência social aplicada aos processos de edição de livros, não há nenhuma relevância nas especulações sobre as razões dos leitores. Bem mais produtivo para ambos os lados – sociedade e academia; objeto e pesquisador – é reconhecer que os instrumentos que antes se inseriam com rigor no debate simplesmente foram reduzidos a uma voz repetitiva. Fala-se dos críticos da cultura aquilo que a teoria crítica dizia das pessoas: que eram incapazes de ver com clareza e que tendiam a repetir a mesma coisa sempre.

Vale, portanto, a máxima de que não se deve deixar-se embriagar pelos odores de nossa viciada percepção sobre objetos que de

antemão detestamos. O papel do pesquisador não é elencar motivos, mas descobrir razões.

O que acontece hoje na área cultural é um turbulento diálogo entre erudição e popularidade. Nos ambientes sociais, livrarias, não há mais o convívio constrangido de uma obra com a outra. A própria estrutura arquitetônica do espaço local apresenta a disposição da casa a elaborar um ambiente de total contato entre mídias diversas e comportamentos distintos. Neste cenário, talvez a livraria Cultura, localizada no Conjunto Nacional, no seio do centro econômico da cidade de São Paulo, a Avenida Paulista, ostente, ainda, um espaço anexo ao que os proprietários denominam Artes. Nestes espaços estão os livros de artes gráficas, plásticas e demais composições elaboradas. Dessa forma, os consumidores desse tipo de publicação ficam separados dos demais, embora a decoração do interior das duas lojas seja a rigorosamente a mesma.

Procurou-se fazer desta uma dissertação sobre a influência da mídia eletrônica na produção editorial brasileira, contudo, percebe-se agora que não há relação da mídia eletrônica com toda a produção editorial, há somente comunicação com algumas obras específicas dessa produção. O contato é, portanto, parcial, localizado, celular. A natureza da relação entre essas duas instâncias – mídia e edição – é de contato eventual. Alguns autores, como Daniel Galera e André Czarnobai, foram profundamente influenciados pela mídia eletrônica. Outros, não reconhecem o alcance dessa influência, chegando a, em alguns casos, duvidar mesmo de sua existência.

Independente do reconhecimento ou não dos autores, o fato é que a mídia eletrônica influencia sim suas obras, não apenas no momento da publicação, resenhas e o já tradicional processo herdado da mídia impressa, mas na forma de se pensar a literatura e nas imagens construídas pelos escritores.

Todo o sistema de edição se resume à metáfora<sup>159</sup> singular de Baudrillard: “é sempre a história da mosca que se choca contra a evidência incompreensível do vidro”<sup>160</sup>. O autor é essa mosca esperando que a janela abra, e que possa adentrar em um local de risco e perigo que pode, reconhece, ocasionar sua morte mercadológica. O vidro permite um isolamento de transparência. Isolamento porque afasta o outro lado, transparência porque efetua com sua possibilidade de exposição uma sedução contínua e sincera. Nada oculta porque nada deseja ocultar. Nada oferece porque quanto menos oferecer mais irá o autor subentender que será oferecido.

A figura fundamental desse novo sistema não é mais o autor. É o leitor. É ele o que está atrás da janela, atrás do vidro. O autor não morreu. O autor foi virtualizado.

O mercado editorial é apenas uma das muitas instâncias da produção cultural de um país. Em 2009, no momento em que se concluem os trabalhos que compõem o corpo dessa dissertação, o controle de vendas do mercado é da Rede Saraiva, com 48% de participação. 62% das livrarias encontram-se nas regiões sul e sudeste. Dessa forma é possível afirmar que o desenvolvimento econômico acompanha o desenvolvimento das iniciativas editoriais.

Tradicionalmente, a premissa de uma dissertação tem sido a de responder a uma questão formulada pela sociedade civil ou pela academia.

---

<sup>159</sup>As metáforas são ilhotas de imaginário, que motivam a pesquisa e criam zonas de atração para os conceitos. Elas ultrapassam noções e estruturas, remetendo a outro conjunto de propriedades que, por acumulação, revelam mais que o mero objeto que serviu de ponto de partida. Frequentemente tomadas de empréstimo a disciplinas próximas ou longínquas, esclarecem por refração o ponto de que parecem afastar-se” (SFEZ, Lucien. *Crítica da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2000, p.27).

<sup>160</sup>BAUDRILLARD. Jean. *Tela total*. Porto Alegre: Sulina, 2004, p.61.

Algumas vezes, a construção teórica tem como objetivo reelaborar certos conceitos para que, num exercício voluntário de aposta no acaso, essas discussões respondam a questões que ainda não foram formuladas. Assim, na ausência de utilidade da reflexão pretendida, evoca-se de antemão a esperança de validade futuro *ad infinitum*.

Dessa forma foram construídas diversas teorias que reservam respostas para perguntas arditamente formuladas com o objetivo de terem tais respostas. A metáfora, agora, é a do infectologista que desenvolve uma nova cepa de bactérias sensíveis a um tipo de substância que ele mesmo já criou. Na falta de utilidade para seus inventos, é preciso inventar um problema adequado.

Evidentemente, não foi o caso desse trabalho. Bem antes de o tema ser escolhido, as discussões à cerca da influência da mídia eletrônica no mercado editorial já eram percebidas e debatidas por vários pesquisadores barulhentos e por um sem número de indivíduos silenciosos. Tratava-se de um embate não apenas de visões sobre o objeto mas de influência sobre as noções do que influencia o quê.

Os limites da tecnologia têm facilitado a boa fama de certos grupos e garantido a sustentabilidade de algumas teorias. Mas, como demonstra Lucien Sfez "Descrição não é prova. E discutir teorias não é criar conceitos. A cronologia dos fatos, como a dos grandes ancestrais, não é a razão<sup>161</sup>". De nada adianta acumular discussões legitimadas somente pela força dos postos de quem as omite e não pela validade delas mesmas. As invenções encarregam-se de tornar cada teoria sobre a invenção anterior limitada em sua descrição<sup>162</sup>.

Por isso, quando se recorre a instrumentos de um passado – ainda que recente – pode-se acertar na descrição através de velhas

---

<sup>161</sup>SFEZ, Lucien. *Crítica da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 112.

<sup>162</sup>"A técnica progride por si mesma, sem controle, como um câncer" (SFEZ, Lucien. *Crítica da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2000, p.113).

teorias, mas quando se trata de novas tecnologias é preciso criar novas teorias. Volta-se à metáfora do infectologista para demonstrar o risco de uma ciência que sirva à satisfação do acerto e não à elucidação dos problemas. O que a maioria significativa das teorias sobre comunicação tem mostrado ao longo dos anos é a suposição de que o poder está localizado em uma das pontas. No começo o poder estava no emissor. Depois no destinatário. Então na mensagem. E finalmente no meio de transmissão. Pois bem, para o mundo anterior ao desenvolvimento das técnicas digitais – e aqui chama-se digital o computador, o celular em sua terceira geração, o IPOD e sua extensa gama de imitadores, os tocadores, o projetor de informação para grandes espaços, os televisores capazes de exibir em alta definição e, é claro, os computadores desktops e notebooks – assumia com alguma restrição as elucubrações sobre a comunicação. Podia-se tratar ainda de uma comunicação a partir da construção cognitiva e tão somente resultado de uma elaboração humana complexa, anterior e dominante.

Hoje, se pensarmos nos indivíduos de classe média nascidos a partir de 1995, ano marco do surgimento da Internet no Brasil, não poderemos mais arriscar as velhas interpretações elaboradas em larga medida frente à perplexidade do Homem em relação as suas máquinas.

Mesmo a teoria heiddegeriana, tão útil por tanto tempo, foi forjada a partir de uma visão de possibilidade de domínio sobre a técnica e sobre a ação humana. O pesadelo em Heidegger vem travestido de uma técnica que assume o controle do Real. O temor é o Homem escravo do que inventou, de suas pretensões materializadas, derrotado por aquilo que construiu para salvá-lo. Fobia semelhante fez florescer uma série de ficções sobre o tema, destacando-se a trilogia cinematográfica dos irmãos Wachowski, *Matrix*<sup>163</sup>. Os três filmes são o resultado de uma certa compreensão das idéias de pensadores como Jean Baudrillard e escritores

---

<sup>163</sup> *Matrix* é uma produção da Warner Brothers, a primeira parte da trilogia foi lançada em 1999.

como Isaac Asimov. Adicionando-se as necessidades industriais do cinema norte-americano atual, a produção conta com leviandade teórica, mas com profunda dedicação imagética, o futuro do mundo dominado não pela máquina, mas pela ilusão.

O drama do mundo mostrado por *Matrix*, não é tanto o domínio do Homem pela técnica, mas o risco de sedução do Homem por ela. A fobia está na consciência de que a máquina é capaz de ficcionar um mundo tão coerente que poucos humanos seriam capazes de reconhecer essa operação. No fundo, trata-se ainda da noção frankfurtiana de liberdade para alguns, de esclarecimento de poucos. Na *matrix*, há os que se iludem com as fantasias criadas pela máquina e os que se libertaram dela, que se constituem em versões do cinema para a visão de manipulados e libertos.

Neste cenário, a discussão sobre mídia eletrônica obrigatoriamente penetra na seara das angústias do Homem frente à tecnologia. Mas essa angústia não é de todos os homens. Não é a humanidade que teme o desenvolvimento e o domínio da técnica sobre a cultura. Ocorre que a pergunta tantas vezes formulada e reformulada sobre a força do controle migrou para o sentido de como escapar ao controle. A atual geração aceita a operação de troca proposta pela máquina, sua única reivindicação é por interação, participação.

Os fenômenos de interatividade estão presentes em museus, (Museu da Língua Portuguesa e do Futebol, especialmente, ambos em São Paulo) no jornalismo participativo e proliferação das bienais. O RPG, o *role playing game*, em décadas anteriores oferecia a possibilidade de gozar uma história a partir das próprias decisões de cada jogador. Contudo, apenas isso já não basta. A ficção não se restringe ao papel, está agora também na própria construção da realidade, *reality shows*, cobertura das disputas políticas e promessa de transparência na administração dos países.

Todos esses eventos colocam não mais o destinatário como centro do processo de comunicação. O que acontece agora é a transformação do espaço comunicativo. Na era atual um só indivíduo produz, recebe e transforma uma mensagem.

A pergunta que resta a partir dessa reflexão é: “de que forma os leitores encaram essa influência da mídia eletrônica sobre o mercado editorial?” Como se trata de uma influência que eles mesmos têm criado, em parte ela será sempre vista como positiva. Desenha-se atualmente um cenário comunicativo onde tudo influencia a tudo. E nada se desconecta de nada.

O livro digital parece ser o resultado final dessa relação. É possível, em um exercício de especulação, afirmar que, no futuro, um original sairá do computador do escritor direto para as telas do leitor, do produtor de cinema, do diretor e do jornalista. Será o império da conectividade. O grau máximo da interação obrigatória das forças produtivas.

As edições digitais, conclui-se são os pontos mais altos da intersecção entre a mídia eletrônica e o mercado editorial. No momento, essa intersecção reside apenas no assédio por parte das mídias já estabelecidas – televisão e cinema, essencialmente – sobre produções pontuais do mercado editorial.

O que mudou no sistema literário com a vertiginosa evolução tecnológica da última década foi justamente a multiplicação de espaços de exposição do texto. Dessa forma, o papel que antes era a instância legitimada do texto, vai perdendo espaço para a supremacia da tela.

A tela é o estandarte da era atual. Não há nada de errado com o livro em suporte convencional. Não será por essa razão que ele vai ser substituído. A questão é simbólica. A televisão, o cinema, a internet, o celular. Todas as tecnologias obrigam a interface, apontam para a tela.

Volta-se à questão da transparência. A tela, no princípio da informática, tinha a função de um monitor. Não por acaso levava esta denominação. A tela era uma janela que permitia ao usuário acompanhar a forma de processamento da máquina e seu retorno. A primeira versão de computador pessoal popularizada no Brasil trazia o sistema operacional DOS. Nele o usuário era compelido a digitar uma série de comandos sobre uma tela formada essencialmente de letras. A primeira grande mudança, o Windows 3.11, começa como um ambiente operacional<sup>164</sup>, sendo na verdade apenas um modo de garantir uma melhor e maior acessibilidade aos recursos da máquina. A tela vai se tornando, aos poucos, a face do computador. Em alguns casos, como nos equipamentos atuais da Apple, não há mais a distinção monitor/CPU. Isso significa dizer que o consumidor já não consegue diferenciar, a olho nu, onde a informação é processada e onde é exibida. A operação, aos seus olhos, ocorre de forma simultânea. Nenhum tempo de transmissão e pensamento para a máquina. Nenhum tempo de transmissão e pensamento para o Homem.

Questões como essas assumem o aspecto de caprichos técnicos, pormenores desnecessários para o mundo da cultura, mas se há alguns anos o mundo da palavra poderia se dar ao luxo de se pensar divorciado da imagem, hoje urge prestar atenção à inevitável realidade de um casamento operacional entre uma e outra.

Neste sentido, desfaz-se a ruptura artificial de um mundo abstrato e de um mundo concreto. Na tecnologia não existe abstrato ou concreto. Existe potencial e atual. Toda palavra pode ser transformada em imagem, porque já é em si imagem. Toda imagem pode ser explicada pela palavra, porque já é palavra. Trata-se, de certa forma, da imagem sonora de Ferdinand Saussure, mas trata, ainda mais, de uma radical mudança no equilíbrio de duas forças distintas de construção do mundo. A palavra é

---

<sup>164</sup>Não é o objetivo deste trabalho entrar na seara da disputa entre os inovadores da informática, por isso faz-se apenas o registro de que o ambiente operacional DOS, desenvolvido para PC, é na verdade um desdobramento, um *software* da Microsoft que possui perceptível inspiração nos sistemas da Apple.



uma virtualização que se faz passar por racionalização. Através da ciência e da forma de armazenamento do saber legitimada na sociedade ocidental, o verbo tem conseguido se manter no topo de uma cadeia de valores simbólicos. Essa posição pode ser confirmada através do número sempre crescente de ingressantes em instituições de aquisição de cultura formal.

Mas houve uma re-hierarquização das formas de representação do pensamento. A imagem, antes em segundo plano, antes admitida somente como uma forma primitiva de expressão, revida seu desprezo. Na trajetória escolar, primeiro desenha-se, depois se adquire o código da escrita. É ele o necessário para o ingresso no mundo ocidental.

Essa hierarquia está sendo alterada pela instalação das práticas digitais. Inserida na tela, a palavra deixa de ser racionalização para assumir sua forma de figura, caractere, imagem. A reação contra tais sinais assume feições de rejeição e refração à nova cultura, à nova sociedade. Pouco importa, contudo, tais apelos. Não se pode travar algo que não está em movimento. A particularidade dessa nova cultura não é a tão falsamente propagada velocidade do sistema. Trata-se de uma ilusão. A sociedade da comunicação – e nela o livro, e nela a televisão, e nela a internet, e nela o cinema – não se movimenta sob o estatuto da distância. Ela constrói um novo estatuto e uma nova maneira de romper as limitações geográficas. Tal qual uma metástase ela não migra para todos os lugares, ela surge em todos os lugares. Quando ingressa em tal terreno, o mercado editorial aparenta resquícios de uma época que dá seus últimos sinais de esgotamento. Não há mais influência da mídia eletrônica sobre algo específico, embora se possa flagrar os efeitos dessa influência em qualquer objeto que se queira analisar.

Não há mais nada que não se torne, com o tempo, a própria mídia eletrônica. Por enquanto, pode-se ainda falar nesta distinção histórica entre mídias eletrônicas e mídias ortodoxas. A tendência é o

eletrônico em sua forma mais severa, o digital, exercer cada vez mais sua atração gravitacional sobre os demais aspectos da vida social.

A comunicação está posicionando suas peças. No momento certo a rede estará montada. A rede nunca será completa porque permanentemente permitirá atualizações, adiando para sempre sua inauguração definitiva. Operará sempre em construção. Sempre haverá uma outra ala a ser ocupada, um outro piso a ser construído. É a subversão do princípio econômico através do princípio da comunicação livre: aqui a oferta antecede a procura.

O digital exclui também a noção de originalidade. Todas as provas são cópias. Nem se quer o autor possuirá o original de seu próprio livro. Uma vez no circuito, ele não será privilegiado de forma alguma. Mexe-se não apenas na valoração do livro, na idéia em que se tem do objeto em si, mas na forma como o autor se pensa em relação ao livro. Enquanto podia dispor sobre os originais, o autor guardava para si a condição de criador. Na realidade digital, ele não é mais do que um compilador, um aglutinador de imaginários e idéias.

A noção tecnológica absorve grande parte dessas considerações finais. É que a tecnologia não apenas guarda um diálogo convencional onde uma mídia assume seu discurso enquanto a outra fica em silêncio, esperando sua vez de marcar a voz. Ambas se manifestam ao mesmo tempo. Ambas disputam o mesmo público. Mas as mídias não estão interessadas na manipulação da audiência. Atribuir isso a elas faz parte da perda completa da noção real sobre os objetos, perda que atribui aos inventos uma simbologia que simplesmente eles não são, por definição, capazes de ter.

A organização do mundo instituído a partir do texto e do papel não sobrevive à capacidade *culturofágica* das mídias eletrônicas. Não se trata mais do elemento amplificador de uma mídia. Já é possível ver a

opulência de uma era que derruba a suposição de que as massas são passivas.

A internet não é a mídia que será distribuída e entregue às massas, como ocorreu com a televisão. A Internet simplesmente não existe fisicamente para ser entregue a todos. Os instrumentos necessários ao seu funcionamento, todo o *hardware*, não representa para as pessoas a presença dessa mídia. Ao contrário do cinema, e da televisão, que existem ainda que desligados, a internet não se desliga nunca porque não pode ser desligada. Ela não é apenas o conjunto de computadores ligados a um servidor – que este sim, poderia ser desligado – ela é o sentimento de interligação entre todas as coisas. Esse pensamento de rede macluniano, castelliano, baudrillardiano, já não pertence mais ao campo da comunicação. E mesmo a comunicação não pertence mais ao seu próprio campo. É por isso que as ciências sociais aplicadas podem procurar compreender fenômenos da comunicação, porque eles já não o são da comunicação. Por essa razão também, mas com efeito contrário, criam-se as ilusões no campo do estudo dos processos comunicacionais. As produções midiáticas, a exemplo do que ocorre com os instrumentos de mídia, sofrem ataques à sua finalidade, travestidos agora de crítica à sua natureza.

As críticas à cultura de massa parecem já fazer parte de um conglomerado de críticas ao capitalismo. Mas ocorre é que a massa não é propriedade exclusiva das sociedades capitalistas<sup>165</sup>. O que convencionou-se chamar de cultura de massa nada mais é do que um fragmento da cultura das massas. Fragmento porque a massa não possui toda essa homogeneidade que se atribui a ela. Dentro das aglomerações urbanas,

---

<sup>165</sup>“A cultura de massa não é típica de um regime capitalista. Nasce numa sociedade em que toda a massa de cidadãos se vê participando, com direitos iguais, da vida pública, dos consumos, da fruição das comunicações; nasce inevitavelmente em qualquer sociedade do tipo industrial” (ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2006, p. 44).

das populações, há uma extensa variedade de comportamentos, pensamentos e concepções.

A execrada cultura de massa de maneira alguma tomou o lugar de uma fantasmagórica cultura superior; simplesmente se difundiu junto a massas enormes que, há tempos atrás, não tinham acesso aos bens de cultura<sup>166</sup>.

Outra pesada acusação que se faz à cultura das massas nasce na fantasia de que havia um mundo anterior onde a alta cultura podia circular livremente. Esse mundo teria sido substituído pelo atual, onde as pessoas estariam sendo impedidas de usufruir de produtos culturais realmente válidos. Haveria, então, um empanturramento de detritos culturais e produções feitas para entorpecer e impressionar mentes manipuláveis. A ironia é que em nenhuma sociedade, além da de massa, esta mensagem de virulência contra o consenso estaria difundida de melhor forma.

Numa sociedade de massa, toda manifestação está submetida a esse consumo e a melhor prova disso é que as próprias críticas à cultura de massa, veiculadas através de livros de grande tiragem, jornais e revistas, tornaram-se perfeitos produtos de uma cultura de massa, sendo repetidas como slogan, comercializadas como bens de consumo em ocasiões de entretenimento esnobe (como múltiplos episódios conterrâneos de crítica à dissipação jornalística, feita através de colunas dos jornais, tristemente no-lo demonstram<sup>167</sup>.

A amplificação das mensagens não leva em conta o conteúdo das mensagens. A atual cultura de massas vilipendia o conteúdo em nome do princípio da divulgação. O resultado é a criação de certos oxímoros culturais, como textos publicados em revistas de alta circulação que denunciam a simplificação de conceitos e a massificação de idéias legítimas, vinculadas para platéias indesejavelmente heterogêneas.

Nas sociedades pós-modernas (de mescla do arcaico com o pós-industrial) a arte vive justamente na ambigüidade: é ao mesmo tempo crítica do espetáculo e espetáculo; ruptura com a

---

<sup>166</sup> IDEM.

<sup>167</sup> ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2006, p.44.

convenção e exploração total do convencional; indústria e reflexão sobre o caráter industrial da arte. Por isso, diverte, ensina, distrai, polemiza, contesta, agrega, forma, deforma. Etc. O mesmo ocorre com a tecnologia. Não há metaponto de vista possível. Toda contestação se faz dentro da engrenagem, como protagonista ou coadjuvante da grande obra. O homem domina a tecnologia que o domina<sup>168</sup>.

Enquanto realizam essa dominação, desenham cada vez com maior velocidade os novos traços da comunicação social.

No meu trabalho como escritor, especificamente, eu diria que é difícil precisar, basicamente porque a internet me influencia em muitos outros níveis e de formas tão interconectadas que é quase impossível separar. Em outras palavras, a internet me influencia. E não apenas à minha escrita. Ela interfere na minha comunicação direta com as pessoas, me dá estímulos visuais e sonoros quase ilimitados e modifica minha forma de pensar e de agir. Naturalmente grande parte disso se reflete na minha escrita, mas quanto eu não sei - até porque uso a rede desde os 17 anos e comecei a escrever de forma mais constante ali pelos dezoito<sup>169</sup>.

Como se vê, a alteração já atingiu o núcleo identitário de alguns escritores. Para quem já começou a produzir seus textos na era digital, é difícil dimensionar qual o impacto da mídia eletrônica em sua produção. Mas se excluirmos por um breve momento a internet e o rádio desse conceito básico de mídia eletrônica, sobrarão essencialmente a televisão e o cinema e sobre essas duas mídias a noção de influência para Czarnobai é mais evidente:

(O cinema e a televisão me influenciam) muito mais do que a própria literatura, uma vez que mais vi televisão, joguei videogames, ouvi música e consultei dicionários e enciclopédias do que li ficção na minha infância e adolescência<sup>170</sup>.

Denominou-se este trabalho como sendo a tela e o miolo, pois a tela é a representação dessas mídias eletrônicas atuais e o miolo é o constitutivo básico de toda publicação em livro.

---

<sup>168</sup>SILVA, Juremir Machado. *As tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2003, p.32.

<sup>169</sup>Extraído de entrevista com o escritor André Czarnobai cf. Anexo E.

<sup>170</sup>Há certa controvérsia sobre a classificação dos aparelhos de *videogame* como mídia eletrônica. Contudo, observam-se aqui as possibilidades comunicativas geradas pelos consoles atuais, que reúnem as funções de reproduzidor de *Blue-ray*, arquivos de áudio e ainda possibilidade de conexão à rede remota.

Este trabalho foi sistematizado sob a organização de três capítulos:

No primeiro, procurou-se elaborar uma retrospectiva e um panorama da situação do livro no Brasil.

No segundo, realizou-se uma incursão no universo literário de Daniel Galera e suas relações com a mídia eletrônica. Com forte inclinação de crítica literária, optou-se por dar relevância ao modo como a internet deu vida à literatura de Galera e o cinema buscou atribuir-lhe consistência.

No capítulo terceiro, denominado “duas telas”, abordou-se as relações da televisão e do cinema com o mercado editorial brasileiro.

Após a exposição e análise dos conteúdos apresentados, concluiu-se que:

a) o processo de seleção de autores a serem publicados por uma empresa editorial sofre influência da mídia eletrônica, pois as casas de edição levam em conta a pertinência do tema em relação à pauta jornalística eletrônica em evidência no momento da edição do livro.

b) a aprovação por outra mídia contribui para o fortalecimento do desempenho de prestígio de determinada obra, inflacionando seu valor simbólico e aumentando suas oportunidades de comercialização. Evidentemente, não se pode garantir que um livro publicado por um autor que usufrua de um espaço semanal em uma revista de circulação nacional torne-se imediatamente um *best seller*. Contudo, pode-se afirmar que seu ponto de partida será bem mais favorável do que o da obra de um autor que não ostente a mesma *griffe*.

c) o conteúdo da internet brasileira tem alimentado o mercado editorial, servindo como laboratório para a aferição de audiência de certos autores. Não se trata, nesse aspecto, de uma mera pauta temática, mas de uma multiplicação do mesmo conteúdo em vários outros meios. Já se debateu exaustivamente sobre a influência do meio no processo de elaboração das mensagens. E assume-se, ainda que com certa relutância,

que existe transformação do conteúdo quando transposto para outra mídia. É o caso das adaptações literárias. O filme não apenas transforma o livro, mas se constitui em outra coisa que já não é nem literatura nem cinema puro, mas um híbrido. Na relação da internet com as editoras convencionais, e com seu produto final tradicional, o livro impresso, o meio não altera a mensagem já que a mesma mensagem é transmitida em várias vozes, em todas as mídias.

d) há tentativa de influência da mídia eletrônica na construção do mercado editorial brasileiro. Contudo, o sucesso dessa intervenção se restringe a determinados livros.

e) a televisão do Brasil, bem como seu cinema, possui a capacidade de atualizar determinada obra, reinserindo-a na mídia eletrônica quantas vezes a lógica mercadológica julgar pertinente.

O tempo criou um sistema de edição com mais de 619 editoras e quase quatrocentos milhões de livros editados a cada ano. Esse mesmo tempo, que contribuiu para a evolução do mercado editorial brasileiro e, em ampla medida, para a consolidação da cultura brasileira, contribuirá também para tornar essa dissertação incompleta, obsoleta e, eventualmente, inútil?

Esta é uma indagação residual, percebida após o longo caminho percorrido através dessa reflexão que começou em 1630 e chega ao dia 03 de março de 2009. Sua resposta reside na consciência de que uma dissertação é tão somente um retrato, um recorte sistemático de uma realidade sempre mais ampla. Dessa forma, somente o tempo poderá avaliar a relevância futura de uma dissertação que tem a atualidade como seu principal motor.

No momento, levando em conta que esta dissertação aborda questões que têm se levantado com opulência no campo do mercado editorial, sua importância está pressuposta. Afinal, a função do

pesquisador é responder, com as armas do seu tempo, questionamentos formulados em sua época, e não depois.



## Referências

ABREU, Caio Fernando. *Morangos mofados*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

AMODEO, Maria Tereza. *Identidade cultural nas adaptações de textos literários brasileiros para a televisão*. Porto Alegre: biblioteca Irmão José Otão, 2000.

ANDRADE, Janilton. *Por que não ler Paulo Coelho*. Rio de Janeiro: Calibran, 2004.

ASSIS, Machado de. *Dom Casmurro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

AVERBUCK, Ligia. *Literatura em tempo de cultura de massa*. São Paulo: Nobel, 1984.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Relógio d'água, 1991.

\_\_\_\_\_. *Tela total*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

BALOGH, Ana Maria. *Conjunções, disjunções, transmutações*. São Paulo: AnnaBlume, 2005.

BELLEI, Sergio Luiz Prado. *O livro, a literatura e o computador*. Florianópolis: UFSC, 2003.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

BROCA, Brito. *A vida literária no Brasil – 1900*. Belo Horizonte: Instituto Brasileiro, 1971.

BROWN, Dan. *O código da Vinci*. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

- CALDAS, Waldenyr. *Literatura da cultura de massa*. São Paulo: Musa, 2001.
- CANDIDO, Antônio. *Iniciação à literatura brasileira*. Rio de Janeiro: Ouro sobre azul, 2004.
- COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural*. São Paulo: Iluminuras, 1998.
- CULLER, Jonathan. *Teoria literária*. São Paulo: Beca, 1999.
- DELGADO, Maria Cristina. *Cartografia sentimental de sebos e livros*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. São Paulo: Contraponto, 1997
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- \_\_\_\_\_. *O nome da rosa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.
- EAGLETON, Terry. *A ideologia da estética*. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.
- FANTE, John. *1933 foi um ano ruim*. Porto Alegre: LPM, 2008.
- FARACO, Sérgio. *Dançar tango em Porto Alegre*. Porto Alegre: LP&M, 2004.
- FRANZEN, Jonathan. *As correções*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- GALERA, Daniel. *Até o dia em que o cão morreu*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- \_\_\_\_\_. *Mãos de cavalo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
- \_\_\_\_\_. *Cordilheira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- GREENE, Graahan. *Fim de Caso*. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- GONZAGA, Tomás Antônio. *Marília de Dirceu*. Porto Alegre: LP&M, 1998.
- HATOUM, Milton. *Dois irmãos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- HALLEWELL, Lawrence. *O livro no Brasil*. São Paulo: EDUSP, 1985.
- HEGEL, Friedrich. *Da Estética*. São Paulo: Nova Cultural, 2005.

HOUELLEBECQ, Michel. *Partículas elementares*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LEMOS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LYOTARD, Jean. *A condição pós-moderna*. Lisboa: Relógio d' água, 1991.

MARTINS, Francisco Menezes. *Impressões digitais*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

\_\_\_\_\_. *A genealogia do virtual*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MARTINS, Leonardo. *Democracia de bolso*. Porto Alegre: Plus, 2009.

MAESTRI, Mario. *Por que Paulo Coelho fez sucesso*. Porto Alegre: AGE, 1998.

MORAES, Reinaldo. *Tanto faz*. São Paulo: Brasiliense, 1982.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense-universitária, 1987.

NASSAR, Raduan. *Lavoura arcaica*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

PAIVA, Marcelo Rubens. *Feliz ano velho*. São Paulo: Objetiva, 2007.

\_\_\_\_\_. *Blecaute*. São Paulo: Objetiva, 2007.

PALAHNIUK, Chuck. *Clube da luta*. Rio de Janeiro: Nova Alexandria, 1996.

PELLIZZARI, Daniel. *Ovelhas que voam se perdem no céu*. Porto Alegre: Livros do Mal, 2001.

PISA, Daniel. *Jornalismo cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.

REIMÃO, Sandra Lucia. *Mercado editorial brasileiro*. São Paulo: ComArte, 1996.

ROWLING, J.K. *Harry Potter e a pedra filosofal*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

RÜDIGER, Francisco. *Introdução à teoria da comunicação*. São Paulo: Edicon, 2004.

\_\_\_\_\_. *Introdução às teorias da cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

SANTAELLA, Lucia. *Navegar no ciberespaço*. São Paulo: Paulus, 2004.

SARTRE, Jean Paul. *Que é a literatura?* São Paulo: Ática, 1993.

SCHIFFRIN, André. *O negócio dos livros*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

SFEZ, Lucien. *Crítica da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2000.

SIMMEL, Georg. *Questões fundamentais da sociologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

SILVA, Juremir Machado. *As tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SODRE, Muniz. *Antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2006

\_\_\_\_\_. *Best seller: a literatura de mercado*. São Paulo: Ática, 1988.

\_\_\_\_\_. *Teoria da literatura de massa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

STANFORD, Miles. *His name is Robert Paulsen*. Notrouble: New York, 1997.

TRUFFAUT, François. *Hitchcock/Trauffaut: entrevistas – edição definitiva*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

ZSCHIRNT, Christine. *Tudo o que você precisa saber sobre livros*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

KOTHE, Flavio. *A literatura do trivial*. Brasília: UNB, 1994.

WOLTON, Dominique. *Pensar a comunicação*. Brasília: UNB, 2004.

## ANEXO A



**CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO  
SINDICATO NACIONAL DE EDITORES DE LIVROS**

**PRODUÇÃO E VENDAS DO SETOR EDITORIAL BRASILEIRO**

**2007**

**RELATÓRIO**

**São Paulo  
Agosto /2008**

## **EQUIPE TÉCNICA**

**Profa. Dra. Leda Maria Paulani - Coordenadora**  
**Leonardo André Paes Müller - economista**  
**Marcos Paulo Nascimento Gonçalves – estagiário**  
**Elisete Fernandes da Fonseca - pesquisadora**

## **1 INTRODUÇÃO**

O presente relatório, referente à pesquisa realizada pela FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas) em conformidade com o acordo de cooperação técnica estabelecido entre essa instituição, a CBL (Câmara Brasileira do Livro) e o SNEL (Sindicato Nacional de Editores de Livros), tem por finalidade apresentar o desempenho do Mercado Editorial Brasileiro no ano de 2007.

Os resultados aqui apresentados foram estimados a partir dos dados coletados por meio de um questionário distribuído a empresas constantes de um cadastro atualizado de 545 editoras, na sua maioria associados do SNEL e da CBL. A análise da dinâmica do Setor Editorial em 2007 assim elaborada é apresentada a seguir, juntamente com a metodologia adotada.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

### **2.1 METODOLOGIA**

A metodologia adotada para avaliar o Setor Editorial Brasileiro tem por base uma pesquisa de campo cujo principal instrumento é um questionário onde se solicita a uma amostra de empresas cadastradas informações referentes a seus principais indicadores de performance.

Encerrada a etapa do campo, procede-se à tabulação dos dados dos questionários, classificando-se as empresas por subsetores de atividade e por intervalos de faturamento, tal como se segue:

#### **Setores**

- Didáticos
- Obras Gerais



- Religiosos
- Científicos, Técnicos e Profissionais (CTP).

### **Faturamento**

- Nível A - Até R\$ 1 milhão por ano.
- Nível B - De R\$ 1 milhão a R\$ 10 milhões por ano.
- Nível C - De R\$ 10 milhões a R\$ 50 milhões por ano.
- Nível D - Mais de R\$ 50 milhões por ano.

Depois de processados e totalizados, os dados assim coletados formam a base a partir da qual se realiza o processo de inferência estatística que produz as estimativas iniciais para o universo do setor.

O outro elemento que sustenta o processo de inferência são as informações existentes sobre o desenvolvimento do setor no ano anterior, em todas as suas clivagens (títulos editados e exemplares vendidos, faturamento junto ao Mercado e faturamento junto ao Governo, faturamento, títulos e exemplares vendidos por subsetor etc.).

Dadas as informações referentes ao ano anterior e os dados informados pelas empresas da amostra referentes ao ano em tela, procede-se da seguinte forma: a) estima-se inicialmente a evolução de cada variável nas empresas da amostra no ano em tela; e b) aplicam-se as taxas de variação a partir daí encontradas aos dados existentes para o universo do setor no ano anterior. Cabe observar que para a elaboração das estimativas referentes à amostra são utilizados apenas os dados das empresas *emparelhadas*, ou seja, daquelas empresas que são respondentes no ano corrente e que foram também respondentes no ano anterior.

Num segundo momento, são realizadas avaliações qualitativas junto a especialistas do setor, a partir das quais as estimativas iniciais são apuradas. Além disso, é também consultada a FNDE (Fundação Nacional para o Desenvolvimento da Educação), órgão responsável pelas compras efetuadas pelo governo federal às editoras, compras que são responsáveis por uma

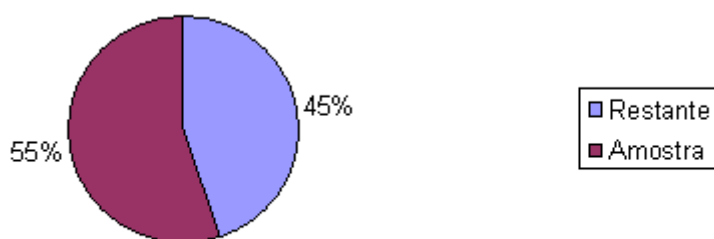
parcela significativa do faturamento das empresas, principalmente no subsetor de *Didáticos*. A FNDE fornece informações sobre os valores contratados, empenhados, liquidados e pagos por programa em cada período.

## **2.2 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA UTILIZADA E DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA RELATIVA AO ANO DE 2007**

A representatividade da amostra, considerada a variável *faturamento*, é bastante substantiva e plenamente suficiente, estatisticamente falando, para a realização do processo de inferência que produz as estimativas para o universo do setor, tal como indicado pelo diagrama a seguir.

Ressalte-se que os questionários preenchidos são de propriedade exclusiva da FIPE, sendo seu manuseio restrito à equipe responsável pelo projeto, o que garante o sigilo das informações aí constantes.

### **Representatividade da amostra utilizada considerando a variável faturamento**



Encerrada a etapa de recepção dos dados, passou-se ao processo de checagem das respostas, utilizando-se alguns mecanismos de controle tal como o cálculo do preço médio do exemplar vendido. Esse processo priorizou as empresas de maior porte e em alguns casos elas foram novamente contatadas por telefone para que confirmassem ou retificassem as informações apresentadas. Permanecendo dúvidas quanto à confiabilidade das respostas

dadas, a empresa foi excluída do grupo das emparelhadas. Num segundo momento, os *outliners* remanescentes foram excluídos da amostra.

## 2.3 ANÁLISE

Os quadros a seguir apresentam a *performance* do setor no ano de 2007. Os três primeiros tratam dos *títulos editados* e *exemplares produzidos*, divididos em *1ª edição* e *reedição* (quadro 1), dos *títulos editados* por *subsetor* (quadro 2) e dos *exemplares produzidos* por *subsetor* (quadro 3). Percebe-se uma pequena queda nos *títulos editados*, explicada pela sensível redução dos títulos editados pela primeira vez, particularmente em *Didáticos* e *CTP*. O subsetor de *Religiosos* é o que apresenta o maior crescimento em termos de *títulos editados*. Já com relação aos exemplares produzidos, os dados mostram crescimento acentuado em primeira edição e uma pequena queda em reedição. Em termos de subsetor, apenas *CTP* apresenta queda, sendo acentuado o crescimento apresentado por *Didáticos* e *Obras Gerais*.

### QUADRO 1

**Títulos Editados e Exemplares Prod. – Total em 1a. Edição e Reedição nos anos de 2006/2007**

PRODUÇÃO	Títulos			Exemplares Produzidos		
	2006	2007	Var. %	2006	2007	Var. %
1a. Edição	20.177	18.356	-9,03	81.374.917	112.248.282	37,94
Reedição	25.848	26.736	3,44	239.261.907	239.148.006	-0,05
<b>TOTAL</b>	<b>46.025</b>	<b>45.092</b>	<b>-2,03</b>	<b>320.636.824</b>	<b>351.396.288</b>	<b>9,59</b>

### QUADRO 2

**Títulos editados por Subsetor Editorial nos anos de 2006/2007**

SUBSETOR	Títulos		
	2006	2007	Varição %
Didáticos	17.911	16.831	-6,03
Obras Gerais	11.650	12.911	10,82
Religiosos	4.383	5.570	27,08
CTP	12.081	9.780	-19,04
<b>TOTAL</b>	<b>46.025</b>	<b>45.092</b>	<b>-2,03</b>

### QUADRO 3

Exemplares Prod. – Total por Subsetor Editorial nos anos de 2006/2007			
SUBSETOR	Exemplares		
	2006	2007	Var %
Didáticos	192.104.676	216.063.980	12,47
Obras Gerais	69.025.384	76.111.823	10,27
Religiosos	37.491.751	38.938.697	3,86
CTP	22.015.013	20.281.789	-7,87
<b>TOTAL</b>	<b>320.636.824</b>	<b>351.396.288</b>	<b>9,59</b>

Os três quadros seguintes apresentam os dados sobre *faturamento* e *número de exemplares vendidos*. Considerando os dois segmentos de atuação do setor (*Mercado* e *Governo*), sua performance foi positiva em 4,62% em termos nominais (quadro 4c), o que significa um crescimento em termos reais (deflacionado pelo *IPCA educação, papelaria e leitura*) de 0,44%. O quadro 4 a mostra apenas os valores relativos a vendas feitas ao *Mercado*, excluindo-se aquelas feitas ao *Governo*. Considerando-se apenas as vendas ao *Mercado* a performance do setor editorial foi positiva em 6,41% em termos nominais (2,16% em termos reais), sendo superior a 10% o crescimento de *Didáticos* e de *Religiosos*. Apenas o subsetor *CTP* registrou uma queda em seu faturamento (inferior a 1%). Quanto a *número de exemplares vendidos*, também há crescimento em praticamente todos os subsetores e crescimento a taxas superiores às apresentadas para a variável faturamento, indicando ter havido uma pequena redução no preço médio do exemplar vendido. A exceção está em *Obras Gerais*, que registra uma pequena queda no número de exemplares vendidos, indicando ligeira elevação do preço médio em relação a 2006. Em termos reais, contudo, o aumento praticamente não existiu, pois foi inferior à variação do *IPCA educação, papelaria e leitura* (2,72% contra 4,16%).

#### QUADRO 4 a

Faturamento e Exemplares Vendidos para o MERCADO por Subsetor Editorial – 2006 e 2007						
SUBSETOR	Faturamento (R\$)			Exemplares Vendidos		
	2006	2007	Var (%)	2006	2007	Var (%)
<b>Didáticos</b>	872.137.954,60	971.561.686,72	11,40	66.754.468	75.318.340	12,83
<b>Obras Gerais</b>	615.917.103,26	626.178.579,70	1,67	59.898.556	59.312.387	-0,98
<b>Religiosos</b>	242.138.755,91	273.143.899,33	12,80	36.904.701	43.421.182	17,66
<b>CTP</b>	418.550.460,26	415.689.625,34	-0,68	21.503.921	22.205.936	3,26
<b>Total Mercado</b>	<b>2.148.744.274,03</b>	<b>2.286.573.791,09</b>	<b>6,41</b>	<b>185.061.646</b>	<b>200.257.845</b>	<b>8,21</b>

O quadro 4b apresenta a evolução das vendas ao *Governo* no ano de 2007, discriminadas por programa. Como se percebe, apesar do expressivo

crescimento do faturamento relativo ao PNLEM (Programa Nacional do Livro para o Ensino Médio) – mais de 30% –, em termos gerais as vendas ao Governo reduziram-se um pouco. Ocorre que esse crescimento foi mais do que compensado pelo crescimento pouco expressivo do faturamento relativo ao PNLD (Programa Nacional do Livro Didático) – que é tradicionalmente o mais significativo dos programas federais em termos de compras – além da redução apresentada pelo faturamento relativo ao PNBE (Programa Nacional da Biblioteca Escolar) e do término do PNLD Descentralizado. Cabe observar, porém, que, nesta análise do *faturamento*, utilizamos termos como “redução”, “crescimento”, “queda”, “aceleração” etc. por força do hábito, uma vez que trata-se aqui de um exercício de estática comparativa e que, sendo assim, o que importa são os movimentos das variáveis sob escrutínio no período considerado. Contudo, no que tange especificamente ao segmento *Governo* esses termos têm que ser entendidos de outra forma, pois, nesse caso, os valores apresentados pelas variáveis obedecem às determinações e diretrizes estratégicas da política de governo, não se regendo, portanto, pelos movimentos do mercado. As mesmas observações valem para a variável “número de exemplares vendidos”. No que diz respeito a esta última, registra-se um pequeno crescimento, que reflete a queda do preço médio do exemplar vendido ao Governo. Com relação ao PNBE, cabe registrar que os quase R\$ 39 milhões registrados em 2007 referem-se ao PNBE 2006, que foi inteiramente faturado em 2007 (assim como os mais de R\$ 44 milhões registrados em 2006 referem-se ao PNBE 2005, que foi inteiramente faturado em 2006).

**QUADRO 4 b**

<b>Faturamento e Exemplares Vendidos para os Programas do GOVERNO – 2006 e 2007</b>						
<b>Programas</b>	<b>Faturamento (R\$)</b>			<b>Exemplares Vendidos</b>		
	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Var %</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Var %</b>
<b>PNLD Centr.</b>	552.881.381,20	558.803.842,05	1,07	100.015.785	110.031.342	10,01
<b>PNLEM</b>	96.618.841,34	129.286.708,53	33,81	9.029.798	12.637.997	39,96
<b>PNLD Desc.</b>	37.842.613,08	0,00	-100,00	9.053.257	0,00	-100,00
<b>PNBE</b>	44.363.318,15	38.749.350,86	-12,65	7.213.547	6.270.121	-13,08
<b>Total Governo</b>	<b>731.706.153,77</b>	<b>726.839.901,44</b>	<b>-0,67</b>	<b>125.312.387</b>	<b>128.939.460</b>	<b>2,89</b>

O quadro 4c mostra o valor total estimado para *faturamento e exemplares vendidos* em 2007, considerando-se conjuntamente os segmentos *Mercado e Governo*. Dada a evolução não tão favorável das compras realizadas pelo

governo em 2007, a variação do faturamento total foi positiva, porém um pouco menor do que a apresentada quando se considera apenas o segmento *Mercado*, o mesmo acontecendo com o número de exemplares vendidos.

#### QUADRO 4

<b>TOTAL de Faturamento e Exemplares Vendidos (MERCADO + GOVERNO) 2006/2007</b>						
Segmento	Faturamento (R\$)			Exemplares Vendidos		
	2006	2007	Var (%)	2006	2007	Var %
Mercado	2.148.744.274,03	2.286.573.791,09	6,41	185.061.646	200.257.845	8,21
Governo	731.706.153,77	726.839.901,44	-0,67	125.312.387	128.939.460	2,89
<b>Total Geral</b>	<b>2.880.450.427,80</b>	<b>3.013.413.692,53</b>	<b>4,62</b>	<b>310.374.033</b>	<b>329.197.305</b>	<b>6,06</b>

Os 4 quadros que se seguem trazem, por subsetor, o número de títulos editados e o número **total** de exemplares produzidos e vendidos, ou seja, considerando-se os segmentos mercado e governo, além do faturamento **total**, considerando igualmente as vendas ao mercado e ao governo.

#### QUADRO 5

##### Subsetor DIDÁTICOS

Variáveis	2006	2007	Var (%)
<b>TÍTULOS</b>	<b>17.911</b>	<b>16.831</b>	-6,03
<b>EXEMPLARES PRODUZIDOS – Total</b>	<b>192.104.676</b>	<b>216.063.980</b>	12,47
Mercado	75.077.230	92.416.237	23,09
Governo	117.027.446	123.647.743	5,66
<b>FATURAMENTO (R\$) – Total</b>	<b>1.549.741.855,66</b>	<b>1.665.857.522,79</b>	7,49
Mercado	872.137.954,60	971.561.686,72	11,40
Governo	677.603.901,06	694.295.836,07	2,46
<b>EXEMPLARES VENDIDOS - Total</b>	<b>183.781.914</b>	<b>198.966.083</b>	8,26
Mercado	66.754.468	75.318.340	12,83
Governo	117.027.446	123.647.743	5,66

#### QUADRO 6

##### Subsetor OBRAS GERAIS

Variáveis	2006	2007	Var (%)
<b>TÍTULOS</b>	<b>11.650</b>	<b>12.911</b>	10,82
<b>EXEMPLARES PRODUZIDOS – Total</b>	<b>69.025.384</b>	<b>76.111.823</b>	10,27
Mercado	60.744.043	70.820.106	16,59
Governo	8.281.341	5.291.717	-36,10
<b>FATURAMENTO (R\$) – Total</b>	<b>669.943.035,97</b>	<b>658.722.645,07</b>	-1,67
Mercado	615.917.103,26	626.178.579,70	1,67
Governo	54.025.932,71	32.544.065,37	-39,76
<b>EXEMPLARES VENDIDOS - Total</b>	<b>68.179.897</b>	<b>64.604.105</b>	-5,24
Mercado	59.898.556	59.312.387	-0,98
Governo	8.281.341	5.291.717	-36,10

QUADRO 7

Subsetor RELIGIOSOS			
Variáveis	2006	2007	Var (%)
<b>TÍTULOS</b>	4.383	5570	27,08
<b>EXEMPLARES PRODUZIDOS</b>	37.491.751	38.938.697	3,86
<b>FATURAMENTO (R\$)</b>	242.138.755,91	273.143.899,33	12,80
<b>EXEMPLARES VENDIDOS</b>	36.904.701	43.421.182	17,66

QUADRO 8

Subsetor CTP			
Variáveis	2006	2007	Var (%)
<b>TÍTULOS</b>	12.081	9.780	-19,04
<b>EXEMPLARES PRODUZIDOS - Total</b>	22.015.013	20.281.789	-7,87
Mercado	22.011.413	20.281.789	-7,86
Governo	3.600	0	-100,00
<b>FATURAMENTO (R\$) – Total</b>	418.626.780,26	415.689.625,34	-0,70
Mercado	418.550.460,26	415.689.625,34	-0,68
Governo	76.320,00	0,00	-100,00
<b>EXEMPLARES VENDIDOS - Total</b>	21.507.521	22.205.936	3,25
Mercado	21.503.921	22.205.936	3,26
Governo	3.600	0	-100,00

O quadro a seguir resume, por subsetor, os resultados encontrados para as variáveis mais importantes (*faturamento e exemplares vendidos*) considerando-se os valores **totais** (mercado mais governo).

QUADRO 9

Faturamento e Exemplares TOTAIS (Mercado + Governo) por Subsetor editorial 2006 e 2007						
SUBSETOR	Faturamento (R\$)			Exemplares Vendidos		
	2006	2007	Var (%)	2006	2007	Var (%)
<b>Didáticos</b>	1.549.741.855,66	1.665.857.522,79	7,49	183.781.914	198.966.083	8,26
<b>Obras Gerais</b>	669.943.035,97	658.722.645,07	-1,67	68.179.897	64.604.105	-5,24
<b>Religiosos</b>	242.138.755,91	273.143.899,33	12,80	36.904.701	43.421.182	17,66
<b>CTP</b>	418.626.780,26	415.689.625,34	-0,70	21.507.521	22.205.936	3,25
<b>Total (Mercado + Governo)</b>	<b>2.880.450.428</b>	<b>3.013.413.692,53</b>	<b>4,62</b>	<b>310.374.033</b>	<b>329.197.305</b>	<b>6,06</b>

O quadro 9 permite visualizar a performance total do setor e de cada um de seus subsetores no ano de 2007, considerando-se agora não apenas as vendas ao mercado, mas também aquelas efetuadas ao governo. A redução do valor do PNBE de 2006 (que foi inteiramente faturado em 2007) frente ao de 2005 (que foi inteiramente faturado em 2006) acabou por afetar o subsetor de *Obras Gerais*, que é normalmente aquele que mais se beneficia dessas

compras governamentais. O destaque positivo é para os subsetores de *Religiosos*, e de *Didáticos* com crescimento de 12,8% e 7,49% respectivamente. No caso deste último subsetor, é preciso destacar que o segmento mais importante para esse resultado foi o *Mercado* (crescimento de 11,40%), pois a variação positiva do segmento *Governo* ficou em apenas 2,46%.

O quadro 10 apresenta a evolução do *faturamento* e número de *exemplares vendidos* junto ao *Mercado* (excluindo-se, portanto, o *Governo*), discriminando-se as empresas de cada subsetor por *tamanho de faturamento*, tal como inicialmente colocado.

QUADRO 10

Vendas para MERCADO (exclui governo) Segundo Intervalos de Faturamento - 2005 e 2006							
SUBSETOR	Níveis	Faturamento (R\$)			Exemplares Vendidos		
		2006	2007	Var (%)	2006	2007	Var (%)
Didáticos	A/B/C	84.161.313,16	102.342.028,42	21,60	3.329.641	4.055.550	21,80
	D	787.976.641,44	869.219.658,30	10,31	63.424.827	71.262.790	12,36
	<b>TOTAL</b>	<b>872.137.954,60</b>	<b>971.561.686,72</b>	<b>11,40</b>	<b>66.754.468</b>	<b>75.318.340</b>	<b>12,83</b>
Obras Gerais	A/B	81.126.342,84	79.842.555,91	-1,58	9.017.541	8.629.204	-4,31
	C/D	534.790.760,42	546.336.023,79	2,16	50.881.015	50.683.183	-0,39
	<b>TOTAL</b>	<b>615.917.103,26</b>	<b>626.178.579,70</b>	<b>1,67</b>	<b>59.898.556</b>	<b>59.312.387</b>	<b>-0,98</b>
Religiosos	A	19.347.952,84	30.205.815,63	56,12	4.354.281	7.119.484	63,51
	B/C/D	222.790.803,07	242.938.083,69	9,04	32.550.420	36.301.698	11,52
	<b>TOTAL</b>	<b>242.138.755,91</b>	<b>273.143.899,33</b>	<b>12,80</b>	<b>36.904.701</b>	<b>43.421.182</b>	<b>17,66</b>
CTP	A/B	137.007.293,21	136.710.741,82	-0,22	9.959.219	10.291.071	3,33
	C	281.543.167,05	278.978.883,52	-0,91	11.544.702	11.914.865	3,21
	<b>TOTAL</b>	<b>418.550.460,26</b>	<b>415.689.625,34</b>	<b>-0,68</b>	<b>21.503.921</b>	<b>22.205.936</b>	<b>3,26</b>
<b>TOTAL GERAL</b>		<b>2.148.744.274,03</b>	<b>2.286.573.791,09</b>	<b>6,41</b>	<b>185.061.646</b>	<b>200.257.845</b>	<b>8,21</b>

No subsetor de *Didáticos*, apesar do grau elevado de concentração que marca sua organização, foram as empresas menores (A e B) que apresentaram a maior taxa de crescimento em termos de faturamento, contribuindo assim para uma boa evolução do faturamento do setor no ano de 2007. Já no subsetor *Obras Gerais* a situação é inversa. Com um grau de concentração também bastante elevado, a variação positiva de seu faturamento, ainda que de pequena magnitude, deveu-se fundamentalmente às empresas maiores, classificadas como C e D. Quanto aos *Religiosos*, cabe destacar a enorme variação (superior a 50%) do faturamento das pequenas empresas, contribuindo sobremaneira para a taxa de crescimento de 12,8% em 2007 que aí aparece. As características específicas desse subsetor, com seus



particulares canais de distribuição (igrejas, templos etc.), parecem explicar sua capacidade de apresentar resultados positivos, mesmo sendo tão fragmentada. De outro lado, essas mesmas características tendem a fazer com que sua performance exiba certo grau de aleatoriedade, quando correlacionada com as variáveis macroeconômicas usuais. Finalmente, o subsetor *CTP*, como já se assinalou, foi o único a apresentar uma evolução negativa em seu faturamento e número de exemplares vendidos em 2007, problema que atingiu tanto as pequenas quanto as médias empresas do subsetor.

Os quadros 11, 12, 13 e 14 trazem informações sobre as variáveis *Títulos Editados* e *Exemplares Produzidos* discriminadas em *idiomas traduzidos* e *autores nacionais*. Os quadros 15 e 16 trazem informações sobre as mesmas variáveis discriminadas por temas (*classificação temática*) e divididas em *1ª edição* e *reedição*.

Finalmente o quadro 17 apresenta o número de *exemplares vendidos* em 2006 e 2007 discriminados por *canal de comercialização*. Apesar de uma pequena queda relativamente à sua participação em 2006, as *livrarias* continuam a ser o canal mais importante, tendo sido responsáveis por quase 50% dos exemplares vendidos. O segundo canal em termos de importância continua a ser constituído pelos *distribuidores*, cuja participação nas vendas, apesar de cerca de 5% menor do que em 2006, continua a responder por mais de 20% dos exemplares vendidos. Quanto aos demais canais, chama a atenção o crescimento de importância das vendas para *empresas*, pela *internet* e *porta a porta*. Este último, que já tinha importância substantiva em 2006, viu sua participação quase dobrar entre 2006 e 2007 (9,7% contra 5,4%), tornando-se o terceiro canal mais importante (atrás apenas das livrarias e dos distribuidores).

**QUADRO 11**

<b>Títulos Editados e Exemplos Traduzidos para o Português – 2006 e 2007</b>						
<b>Idiomas</b>	<b>Títulos</b>			<b>Exemplos</b>		
	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Variação %</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Variação %</b>
<b>Inglês</b>	3.754	3.430	-8,62	9.100.142	8.363.122	-8,10
<b>Francês</b>	455	391	-14,05	1.842.874	1.498.110	-18,71
<b>Espanhol</b>	748	722	-3,54	1.819.688	1.646.639	-9,51
<b>Alemão</b>	232	194	-16,22	607.791	532.527	-12,38
<b>Italiano</b>	298	477	60,07	1.019.114	1.177.448	15,54
<b>Português (Portugal)</b>	117	140	19,66	2.846.308	2.934.998	3,12
<b>Japonês</b>	163	164	0,57	213.766	246.225	15,18
<b>Outros</b>	63	68	7,43	168.080	169.941	1,11
<b>Total</b>	<b>5.830</b>	<b>5.586</b>	<b>-4,18</b>	<b>17.617.763</b>	<b>16.569.010</b>	<b>-5,95</b>

**QUADRO 12**

<b>Títulos Editados e Exemplos Traduzidos e de Autores Nacionais - 2006 e 2007</b>						
<b>Tipo de Livro</b>	<b>Títulos</b>			<b>Exemplos</b>		
	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Variação %</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Variação %</b>
<b>Livros Traduzidos</b>	5.830	5.586	-4,18	17.617.763	16.569.010	-5,95
<b>Autores Nacionais</b>	40.195	39.506	-1,71	303.019.061	334.827.278	10,50
<b>Total</b>	<b>46.025</b>	<b>45.092</b>	<b>-2,03</b>	<b>320.636.824</b>	<b>351.396.288</b>	<b>9,59</b>

**QUADRO 13**

<b>Títulos Editados e Exemplos Traduzidos para o Português por Subsetor – 2006 e 2007</b>						
<b>SUBSETOR</b>	<b>Livros Traduzidos</b>					
	<b>Títulos</b>			<b>Exemplos</b>		
	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Var. %</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Var. %</b>
<b>Didáticos</b>	177	156	-25,69	896.694	726.348	-23,70
<b>Obras Gerais</b>	3.194	2.939	-9,98	11.394.420	10.544.885	-7,46
<b>Religiosos</b>	1.264	1.282	7,45	2.187.658	2.154.098	-1,53
<b>CTP</b>	1.195	1.209	2,18	3.138.991	3.143.679	0,15
<b>Total</b>	<b>5.830</b>	<b>5.586</b>	<b>-4,18</b>	<b>17.617.763</b>	<b>16.569.010</b>	<b>-5,95</b>

**QUADRO 14**

<b>Títulos e Exemplos de Autores Nacionais por Subsetor - 2006 e 2007</b>						
<b>Autores Nacionais</b>						
<b>SUBSETOR</b>	<b>Títulos</b>			<b>Exemplos</b>		
	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Variação %</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Variação %</b>
<b>Didáticos</b>	16.154	16.675	3,23	171.090.662	215.337.632	25,89
<b>Obras Gerais</b>	7.654	9.972	30,28	77.748.284	65.566.938	-1,26
<b>Religiosos</b>	4.392	4.288	-2,38	35.304.093	36.784.599	4,19
<b>CTP</b>	11.995	8.571	-28,54	18.876.022	17.138.110	-9,21
<b>Total</b>	<b>40.196</b>	<b>39.506</b>	<b>-1,71</b>	<b>303.019.061</b>	<b>341.520.606</b>	<b>10,50</b>

**QUADRO 15**

**Distribuição dos Títulos Editados e Exemplares Produzidos por Temas - 2006 e 2007**

Classificação Temática	Títulos			Exemplares		
	2006	2007	Var %	2006	2007	Var %
Literatura Infantil	3.031	3.491	15,18	12.808.625	14.753.213	15,18
Literatura Juvenil	1.519	1.711	12,65	7.548.441	8.522.107	12,90
Literatura Adulta	5.853	5.574	-4,77	22.400.337	21.967.730	-1,93
Línguas	651	745	14,46	3.664.686	3.797.041	3,61
Religiosos	4.331	4.467	3,14	25.936.662	25.370.009	-2,18
Filosofia e Psicologia	2.772	2.750	-0,81	7.379.174	9.054.838	22,71
Artes, Lazer e Desportos	648	691	6,59	393.182	394.836	0,42
Ciências Puras	276	306	10,71	398.555	416.419	4,48
Tecnologia e Ciências Aplicadas	2.528	2.249	-11,05	5.211.833	4.528.358	-13,11
Ciências Sociais	4.959	4.831	-2,59	11.801.207	11.577.105	-1,90
Educação Básica	15.097	13.927	-7,75	186.430.524	213.023.830	14,26
Geografia e História	1.788	1.836	2,67	14.843.295	16.256.579	9,52
Generalidades	1.109	1.184	6,77	14.378.617	14.246.171	-0,92
Outros	1.463	1.332	-8,95	7.441.686	7.488.052	0,62
<b>Total</b>	<b>46.025</b>	<b>45.092</b>	<b>-2,03</b>	<b>320.636.824</b>	<b>351.396.288</b>	<b>9,59</b>

**QUADRO 16**

**Distribuição dos Títulos Editados e Exemplares Produzidos por Temas em 1ª. Edição e Reedição em 2007**

Classificação Temática	1ª. Edição		Reedição	
	Títulos	Exemplares	Títulos	Exemplares
Literatura Infantil	1.221	4.573.496	2.269	10.179.717
Literatura Juvenil	404	1.363.537	1.307	7.158.570
Literatura Adulta	2.713	7.249.351	2.861	14.718.379
Línguas	477	1.404.905	268	2.392.136
Religiosos	1.027	2.790.701	3.440	22.579.308
Filosofia e Psicologia	880	1.810.968	1.870	7.243.871
Artes, Lazer e Desportos	539	280.333	152	114.502
Ciências Puras	153	166.568	153	249.851
Tecnologia e Ciências Aplicadas	1.237	1.992.478	1.012	2.535.881
Ciências Sociais	2.802	6.251.637	2.029	5.325.468
Educação Básica	5.849	80.949.055	8.078	132.074.775
Geografia e História	184	650.263	1.652	15.606.316
Generalidades	284	569.847	900	13.676.324
Outros	586	2.195.144	746	5.292.908
<b>Total</b>	<b>18.356</b>	<b>112.248.282</b>	<b>26.736</b>	<b>239.148.006</b>

**QUADRO 17****Canais de Comercialização – vendas ao Mercado – 2006 e 2007**

<b>Canais de Comercialização</b>	<b>Número de Exemplares Vendidos</b>				
	<b>2006</b>	<b>Particip.</b>	<b>2007</b>	<b>Particip.</b>	<b>Var (%)</b>
<b>Livrarias</b>	90.904.303	49,12	95.494.411	47,69	5,05
<b>Distribuidores</b>	49.822.079	26,92	43.208.088	21,58	-13,28
<b>Porta a Porta</b>	10.054.754	5,43	19.241.369	9,61	91,37
<b>Outros</b>	13.153.459	7,11	13.989.466	6,99	6,36
<b>Empresas</b>	2.375.994	1,28	8.010.090	4,00	237,13
<b>Escolas, Colégios</b>	6.750.614	3,65	5.817.355	2,90	-13,82
<b>Supermercado</b>	2.266.921	1,22	4.506.015	2,25	98,77
<b>Marketing Direto</b>	4.143.231	2,24	3.530.838	1,76	-14,78
<b>Internet</b>	891.589	0,48	3.433.059	1,71	285,05
<b>Venda Conjunta c/ jornais</b>	784.026	0,42	1.647.131	0,82	110,09
<b>Bancas de Jornal</b>	994.056	0,54	731.081	0,37	-26,45
<b>Feiras de Livro</b>	2.329.778	1,26	635.425	0,32	-72,73
<b>Biblioteca</b>	590.842	0,32	13.519	0,01	-97,71
<b>TOTAL - MERCADO</b>	<b>185.061.646</b>	<b>100,00</b>	<b>200.257.845</b>	<b>100,00</b>	<b>8,21</b>

## **ANEXO B**

Caro Luiz Maurício, segue respondido dentro das minhas possibilidades e interesse no tema. Pronto. Respondido. Faça bom uso.

Abs  
Luis

Opa. Aqui vão as perguntas prometidas. Abraço.

1- De que forma o uso do computador alterou o teu trabalho como editor?

**Eu entrei no mercado editorial já como editor em 1994. O computador era mais para digitar textos e armazenar dados, o começo de controle de estoque. A internet era discada e uma lenda para conseguir enviar um e-mail, tudo dificultava pela demora. No final do século XX que a coisa pegou mesmo e me foi um grande avanço tecnológico. Meu trabalho ficou mais ágil. É uma ferramenta e tanto. Hoje consigo fazer muitas coisas no mesmo local. Recebo o material para análise por e-mail e a leitura facilitou, a leitura sobre temas, pesquisa, se comunicar com autores, imprensa, pesquisar etc.**

2- Na tua opinião, quais são as condições fundamentais para uma obra se tornar um *best seller*?

**Não sei muito bem. Creio que tem ser muito ruim. O público mediano é que faz os best sellers. São assuntos que estão em voga, gênero literário, mas tudo num plano mais acessível de compreensão por parte dos leitores. Não me interessa muito isso. O que me mantém no mercado editorial é o desafio e a paixão pelo livro, pela cultura, por assuntos ligados à filosófica, teoria da comunicação, tecnologia e literatura...O grande best seller hoje são os blogs..rrsrsrsr**

3- Tu achas que as adaptações literárias para o cinema ou para a televisão ajudam na divulgação de uma obra? Em que medida?

**Creio que sim. Bem, ninguém irá ler mais Madame Bovary de Jean Renoir ou Morte em Veneza de Visconti, que por sinal amo a trilha, a sinfonia Nº 5 de Gustav Mahler. Brilhante, arrebatadora...reli o livro depois do filme. Gosto das adaptações clássicas. Muitas vezes o filme já superou, outras não. Linguagens diferentes. Godard nos explica muito no seu "Histórias do Cinema".**

4- O que achaste do resultado da adaptação de **Partículas Elementares** para o cinema? **É inferior ao livro, mas nada que me deixasse triste o indignado. O roteiro poderia ter sido mais arrojado.**

5- Programas como o Espaço Aberto – literatura, da Globo News e Provocações, da TV Cultura, auxiliam ou não na formação de um público leitor?

**Acho que sim...todas as iniciativas podem ajudar, assim como servir de marketing para livros de amigos, para interesses etc. Ninguém trabalha com a diferença. Desconfio um pouco desses programas, eles legitimam o que já é legitimado, dentro dos padrões e categorias de um grau de interesse altíssimo entre os amigos e padrões estéticos modernos. Gostaria de mais ousadia nesse tal Espaço Aberto..isso não é TV Futura...rrsrsrs**

6- Qual o papel da mídia eletrônica local na formação do leitor?

Ajuda simplesmente

7- Qual o futuro do livro?

**Ir  sobreviver e meu pessimismo certamente. O futuro depende dos leitores, das árvores principalmente mas não quero fazer discurso ecológico. Agora temos o leitor Kindle 2 da Amazon. Agora mais leve, uma espessura melhor e mais fácil de carregar, mas temos que ver o leitor se já está melhor, com mais brilho etc.**

8- Existe receita para um livro de sucesso?

**Tem que perguntar para o Paulo Coelho e mais agora para a Stephenie Meyer da série Crepúsculo..Eles sabem o caminho. Eu sou um editor de livros acadêmicos, de ensaios, e de alguma coisa em literatura.**

9- Qual o maior livro que tu NÃO editou?

O que ainda não consegui vender 100 mil exemplares. Imagina eu vender 100 mil exemplares de um autor, por exemplo, em literatura, do Paul Auster. O Auster jamais irá vender 100 mil exemplares no Brasil num título. Bem, se um livro do Morin, qual sou um dos editores no Brasil, vender uns 50 mil exemplares..poderei,   sim, te dizer que realizei um sonho. Estou preparando para o mês de abril um livro histórico do Edgar Morin, "O Ano Zero da Alemanha", um livro que ele escreveu em 1946, Morin tinha 25 anos. O primeiro livro dele editado. Um livro esgotado na França, sem editora, eu tive a coragem de fazer uma tradu o de uma cópia conseguida em um biblioteca em Paris. Nem o Morin tinha esse livro mais. Gosto de desafios. Agora ele me mandou um prefácio para essa nova edi o. Isso   emocionante e se eu vender uns 50 mil exemplares já me darei por contente.

10- Qual o maior livro que tu editaste?

Muitos livros importantes. Em literatura, Houellebecq, Claude Simon, entre outros grandes. Morin, Baudrillard, Maffesoli entre muitos em Ciências Humanas. Gostaria de ser o editor do Paul Auster, de editar Marcel Proust, H. Miller, P. Celan...nada de tão especial. Não preciso do Paulo Coelho e nem da S. Meyer. Rsrrsr

----- Original Message -----

**From:** [Luiz Maurício Azevedo](#)

**To:** [Luis Gomes](#)

**Sent:** Sunday, February 22, 2009 12:08 PM

**Subject:** Re: questionário

Obrigado, Luís. Mais uma perguntinha: quando soubeste do lançamento do filme partículas elementares, isso chegou de alguma forma a alterar o projeto de uma nova edi o do livro?

Abra o,  
Mauricio

Caro Luiz Mauricio,

quando o filme saiu   claro que   pensei em agilizar uma nova edi o. Foi   que procurei o pessoal da distribuidora no Brasil que entrou em contato com a empresa que tem os direitos do filme para me ceder a imagem para capa. O Houellebecq tem seu atrativo, por se tratar de um grande autor, por Partículas ser considerado por muitos como o melhor livro dele,   óbvio que a editora pensou fazer uma ree impressão. abra o  
Luis





## ANEXO C

N.º 34.

GAZETA  
DE JA-



DO RIO  
NEIRO.

SABBADO 7 DE JANEIRO DE 1809.

*Doctrina . . . vim promovet insitam,  
Rectique cultus pectora roborant.*

HORAT.

*Rio de Janeiro 7 de Janeiro.*

**P**UBLICÁMOS em o nosso Numero precedente hum extracto da fallá de *Bonaparte* ao Corpo Legislativo cheia de affirmações falsas com que pertende ganhar partido, e continuar a illudir a *França*, e a Europa; a fim de agora pômos a par de hum veneno tão subtil, para lhe servir de antidoto, a interpretação verdadeira do seu dizer, fundando-nos na experiencia dos factos.

*Bonaparte* declara: "Que elle unidamente com o Imperador de *Russia* fi-  
" zera propostas ao Governo *Britannico*, cuja resposta determinaria a futura condu-  
" cta da *França*, e do seu Alliado. No caso de ser desfavoravel, era resolução sua  
" pôr-se á frente dos seus Exercitos, que marchão contra as *Hespanhas*; e que a  
" *Russia* está igualmente resolvida a proseguir a guerra com vigor pela parte, que  
" lhe toca. As ameaças não se compadecem com desejos de paz; além do que  
" as ordens dadas para a marcha da Guarda Imperial, os preparos feitos em *Bordéos*  
" para a recepção de *Bonaparte*, cujo dia de chegada até se determina, tudo isto an-  
" tes que se podesse saber em *França* a resposta do Gabinete *Britannico*, indica pal-  
" pavelmente que *Bonaparte* conta com a recusação da *Inglaterra*, e demonstra a ina-  
" dmissibilidade das suas proposições.

He falso o quadro, que faz da Europa, e he ridicula a ostentação com que em todo o discurso blasona de allianças, e fidelidade. Embora a *Russia*, e *Dinamarca* estejam allucinadas pela influencia *Franceza*: embora a Confederação do *Rheno* feche os olhos aos seus verdadeiros interesses; mas que a *Italia* "conheça perfeitamente quanto valha a união, e protecção da *França*": asseverar que "os *Americanos* mais depressa abandonarão todos os lucros mercantis, e para sem-  
" pre, do que descontinuar o embargo", são proposições, que se não conformão ás mais certas noticias. Por ventura a *França*, conquistando a *Italia*, conquistou os animos daquella Nação? Os insultos feitos ao Santissimo Padre Pio VII., e a par-

12 Cidades tem já votado em que se dirigão semelhantes petições ao Presidente; e nenhuma ainda votou contra a proposta.

*Continuação da Relação das Pessoas, que tem concorrido para soccorro dos Vassallos de S. A. R. residentes em Portugal desde 26 de Outubro até o ultimo de Novembro.*

Manoel Vieira de Albuquerque Tovar, Governador da Capitania do Espirito Santo.	3000000
Miguel Antonio Teixeira.	10280
Pedro Luiz.	10280
José Ramos.	10280
Miguel Marques.	60400
João Jesé Delduque. Em papel moeda.	250000
Rodrigo José do Valle, Escrivão da Intendencia do Ouro.	410666
Coronel Governador, José Joaquim da Cunha Pontes.	500000
Pedro Vieira da Silva Telles.	1000000

*Continuar-se-ha.*

#### A V I S O S.

Terça feira proxima haverá Gazeta extraordinaria.

Samuel Winter e Companhia pertendem hoje vender em Leilão público no Armazem dos Leilões da Alfandega hum Fardo de Pannos superfinos, e Cazemiras com avaria por conta de quem pertencer.

Quem quizer comprar o Barco S. José e Almas, vindo proximamente dos Campos, falle com o Capitão José Teixeira Mello, morador na Rua direita.

Em 20 de Agosto do anno proximo passado fugio hum escravo preto, por nome Matheus, com os signaes seguintes: rosto grande e redondo, com dous talhos, hum por cima da sobrançelha esquerda, e outro nas costas, olhos pequenos, estatura ordinaria, mãos grandes, dedos grossos e curtos, pés grandes, e o corpo grosso. Na Loja de Fazenda de Antonio José Mendes Salgado de Azevedo Guimarães na Rua da Quitanda N.º 61. receberá quem o entregar, além das despezas que tiver feito, 120000 reis de alviçaras.

#### L E I L Ã O

Que faz Thomaz Stansfeld nesta Alfandega no dia 9 do corrente mez de huma caixa de Chapéos com avaria, vindos de Hull no Navio Clarkson, Capitão Jorge Stephenson por conta de quem pertencer.

Pela Administração do Correio se faz saber, que partem para o Rio Grande a 10 do corrente os seguintes Bergantins. *Flora*, Mestre *João Hipolito*. *Av. Maria*, Mestre *Joaquim Rodrigues de Oliveira*. *Sol Dourado*, Mestre *Jose Joaquim de Brum*.

RIO DE JANEIRO NA IMPRESSÃO REGIA.

N.º 10.

# GAZETA DO RIO DE JANEIRO.

SABADO 15 DE OUTUBRO.

*Doctrina . . . vim promovet insitam,  
Rectique cultus pectora roborat.*

HORAT.

## BOLETIM.

*Downing Street 8 de Agosto de 1808.*

**R**ECEBEU-SE hum Officio do Tenente Coronel *Doyle*, datado da *Corunha* no 1.º do corrente, em que diz, que a Junta de *Galiza* recebera noticia por cartas do General *Castanhos*, e do General Conde de *Tilli* ao General *Blake* em data de *Andujar* a 21 de Julho, que annuncião que a 20, isto he, no dia precedente o General *Dupont* tinha sido completamente derrotado; que elle, e toda a sua divisão se renderão prisioneiros de guerra; com todas as suas armas, bagagens, e despójos; e que outro corpo, que se postára nas montanhas entre o cume da *Sierra*, e *Baylen* capitulára, debaixo da condição de ser mandado para *França* por mar; de maneira que não resta em *Andaluzia* hum só Francez.

Tem-se divulgado as seguintes particularidades, previas á batalha de *Baylen*, as quaes vem nas relações officiaes, recebidas do campo do General *Castanhos* até 17 do corrente. O General *Castanhos*, depois de ter feito os seus preparativos, e determinado o seu plano de ataque, marchou para *Andujar* no dia 15. O General *Reding* devia passar o rio, acima de *Manjibar*, e atacar *Baylen*. O Marquez de *Compigny* o devia passar em *Villa-Nova*, e apoiar o General *Reding*. O General *Castanhos*, com a terceira divisão, e a reserva, devia atacar as pontes pela frente. O Tenente Coronel *Cruz* havia de passar o rio em *Mantreolege*, e occupar a *Sierra*; e o Coronel *Val de Pinos* occupar *Puerto del Rey*.

A 15 o General *Castanhos* tomou a sua posição, e fez sobre os Francezes hum fogo de artilheria, que teve o bom exito, que desejava. O General *Compigny* bateo o inimigo em *Villa-Nova*, e lhe matou perto de 200 homens. O Tenente Coronel *Cruz* foi obrigado a retirar-se; por causa do numero superior dos que atacava.

O General *Reding* com perto de 8000 homens atacou o inimigo, que tinha 50000; bateo-o completamente, e tomou-lhe duas peças de artilheria; mas por falta de munições de boca, vio-se obrigado a retirar-se para *Manjibar*.

A 17, depois de hum conselho de guerra, determinou-se mandar ao Marquez de *Compigny* que se unisse ao General *Reding*, que *Baylen* fosse atacado com duas divisões, e que se fizesse hum ataque falso a *Andujar* com a terceira divisão, e a reserva.

Por huma carta do General *Dupont* escrita ao Duque de *Rovico*, e que foi interceptada, se veio a saber que aquelle General se achava mui falto de man-

Rio de Janeiro 15 de Outubro.

Quarta feira 12 do corrente, dia do Anniversario de S. A. R. o Serenissimo Senhor PRINCIPE da Beira, houve grande Galla na Corte, a que concorreo o Corpo Diplomatico, e as primeiras Pessoas de todas as Classes para cumprimentarem a SS. AA. RR. por tão plausivel motivo: Estiverão embandeiradas as Fortalezas, e as Embarcações de Guerra Nacionaes e Estrangeiras surtas neste Porto, que salvarão na fórma do costume.

*Despachos expedidos pela Secretaria d'Estado dos Negocios da Marinha e Dominios Ultramarinos.*

*Por Decreto de 16 de Julho.*

Para Vigario da Igreja Parochial do Salvador da Villa de Santa Cruz do Bispado do Funchal. *João Chrisostomo Espinola de Macedo.*

*Por Decreto de 28 de Julho.*

Para 2.º Tenente da Armada Real. *Manoel Pedro de Carvalho.*

*Officiaes Promovidos por Decreto de 28 de Julho no Batalhão d'Artilheria de Linha da Ilha da Madeira.*

Tenente Coronel Commandante. O Sargento mór graduado *Antonio Rodrigues de Sá.*

Sargento mór. O Capitão *Antonio Fernandes Camacho.*

Ajudante. O 2.º Tenente *Antonio de Brito.*

Capelão. *Manoel Thomaz.*

Capitão da primeira Companhia. O Quartel Mestre *Jacinto Manoel d'Oliveira.*

2.º Tenente. O 2.º Tenente graduado *Antonio Xavier da Costa.*

Capitão da segunda Companhia. O 1.º Tenente *Francisco Antonio Homem.*

1.º Tenente. O 2.º Tenente *Caetano Alberto.*

2.º Tenente. O 2.º Tenente graduado *Luiz Agostinho Figueiró.*

Capitão da terceira Companhia. O Ajudante *Francisco Ladisláo Corrêa.*

2.º Tenente. O 2.º Tenente graduado *José Egidio Gordilho.*

2.º Tenente da quarta Companhia. O 2.º Tenente graduado *Agostinho Libano Monteiro Cabral.*  
*Continuar-se-ha.*

---

#### ANNUNCIO.

Quarta feira 19 de Outubro nos Armazens d'Alfandega se fará Leilão publico a beneficio daquelles a quem pertencer, a requerimento de Mrs. Freese e C. das seguintes Fazendas avariadas vindas no Navio Elizabeth, Capitão Appleton.

**M**  
**F** N.º 8.

1 Caixa contendo  
64 Pessas de Fustões Acolchoados.  
50 ditas de Vestidos de Senhora.

---

A Obra já annunciada das *Observações sobre o Commercio Franco no Brazil. Parte I. e II.* vende-se a 640 reis em brochura, e 800 sendo em papel de Olanda, nas Casas de Manoel Jorge da Silva, Livreiro, na rua do Rozario, e de Paulo Maritim, Filho, Mercador de Livros, na rua da Quitanda.

---

RIO DE JANEIRO. NA IMPRESSÃO REGIA. 1808.

## **ANEXO D**

**CAPITU é uma obra da Rede Globo de Televisão  
2008**

**Escrita por  
Euclides Marinho**

**Colaboração  
Daniel Piza, Luís Alberto de Abreu e Edna Palatnik**

**Texto final  
Luiz Fernando Carvalho**

**Direção geral  
Luiz Fernando Carvalho**

**Cenografia e Produção de Arte  
Raimundo Rodriguez**

**Figurino  
Beth Filipecki**

**Direção de fotografia  
Adrian Teijido**

**Edição  
Carlos Eduardo Kerr, Márcio Hashimoto Soares e Helena Chaves.**

**Produção de arte  
Isabela Sá**

**Coreografia  
Denise Stutz**

**Preparação de Elenco  
Tiche Vianna**

**Preparação Vocal  
Agnes Moço**

**Produção de Elenco  
Nelson Fonseca**

**Colorista  
Sérgio Pasqualino e Wagner Costa**

**Sonoplastia  
Aroldo Barros e Samy Lima.**

**Produção Musical  
Tim Rescala**

**Caracterização  
Marlene Moura, Deborah Levis e Rubens Libório.**

**Efeitos Especiais  
Marcos Soares**



**Efeitos Visuais**  
**Eduardo Halfen e Rafael Ambrósio.**

**Abertura e Cartelas**  
**Vetor Zero**

**Câmeras**  
**Murilo Azevedo e Sebastião de Oliveira.**

**Continuidade**  
**Lucia Fernanda**

**Assistente de Direção**  
**Gizella Werneck**

**Produção de Engenharia**  
**Ilton Caruso**

**Coordenação de Produção**  
**Guilherme Maia**

**Gerência de Produção**  
**Andrea Kelly e Daniel Vincent.**

**Figuristas assistentes**

**Daniela Garcia, Letícia da Hora, Renaldo Machado e Thanara Shonardie**

**Equipe de apoio ao figurino**

**Analice Alves Cunha, Angela Mota dos Santos, Cristiane Ribeiro Pinheiro, Daniela Lima, Denise Prado Pereira, Edeneire Nascimento dos Santos, Eliete Catraio, Fernanda Garcia, Hélio Vasconcelos dos Santos, Ivan Gomes de Oliveira, Jamires Rocha Galino, Joel Moreira da Silva, Jorge Fernando Bernardo, Joseildo Brito Lustosa, Lia Marcia de Abreu, Marcello Motta, Suzana Borba Ferreira**

**Equipe de iluminação**

**André Camelo, Fabio Rodrigues, Joel Fernandes, Marcio Ribeiro, Orlando Vaz, Warley Miquéias**

**Produção de arte assistente**

**Ricardo Cerqueira, Tainá Xavier, Zuila Cohen**

**Equipe de atelier arte**

**Alexandre Araújo, Alexandre Cordeiro, Amir Regina, Ana Cludia Piacenti André Valle, Antonieta Nogueira, Cinthia Lyra, Dário Estevão, Débora Badauê, Denise Lima, Denisvaldo Saviano, Dulce Helena, Elizabeth Felkis, Eridiane Correia, Fábio Santos, Genilson Santos, Gessivaldo Reis, Gorki Flores, Hudson Cardoso, Isis Quaresma, João Francisco Trocado, Luã, Luiza Gomes, Maritônio Portela, Mônica Klein, Paulo Bonfim, Regina Lúcia, Robert Pinheiro, Rogério Sampaio, Sebastião Renato, Severino Rosa, Ypojuacan de Jesus**

**Equipe de apoio à caracterização**

**Barbara Santos, Eliena Farinhas, Lindomar, Pereira, Sid Andrade, Vania Menezes**

**Equipe de cenotécnica**

**Aleshandro dos Reis, Alexandre Santos, Carlos Alexandre, Celso Mariano da Costa, Cynthia Lyra Carvalho, Edson Moulas Borges, Francisco Rosa, Gilmar Muniz, Jean Pereira, João Batista, Luciano M. Alves, Luis Carlos Cabral, Marcus Paiva, Ricardo Brites, Sebastião Portal, Sergio dos Santos, Silete de Franco, Sonia Regina Campos, Vanilton Martins Jr.**

**Equipe de apoio operação de câmera**

**Willian Sardezas, Luiz Bravo**

**Equipe de vídeo**

**Carlos Eduardo, André Mendes, Felipe Augusto**

**Equipe de áudio**

**Evandro Sardinha, Flávio Fernandez, Luiz Ferreira**

**Operador de sistema**

**Rodrigo Siervi, Felipe Chaves**

**Gerente de projetos**

**Marco Antonio Tavares**

**Supervisão de produção de cenografia**

**Claudio Crespo, Reinaldo Freire da Fonseca, Ronaldo Buiú**

**Equipe de produção**

**Diego Gonçalves, Renata Barreira, Rodrigo Leão, Soymara Almeida,  
Túlio Tenório, Vladimir Carvalho**

**Direção de Produção  
César Lino**

**Núcleo  
Luiz Fernando Carvalho**

**Música original  
Tim Rescala e Chico Neves**

**Direção de arte e cenografia  
Raimundo Rodriguez**

**Montagem  
Márcio Hashimoto**

**Assistência de edição  
Helena Chaves**

## **ANEXO E**

Data: 16/02/09 21:46

De: Cardoso Bloquear endereço

Para: mauricioazevedo@terra.com.br

Assunto: Fwd: orkut - Luiz Maurício Azevedo has written you a scrapbook entry

Eis as RESPOSTAS:

1- Qual a influência da internet no teu trabalho como escritor?

No meu trabalho como escritor, especificamente, eu diria que é difícil precisar, basicamente porque a internet me influencia em muitos outros níveis e de formas tão interconectadas que é quase impossível separar. Em outras palavras, a internet ME influencia, não apenas à minha escrita. Ela interfere na minha comunicação direta com as pessoas, me dá estímulos visuais e sonoros quase ilimitados e modifica minha forma de pensar e de agir. Naturalmente grande parte disso se reflete na minha escrita, mas QUANTO eu não sei - até porque uso a rede desde os 17 anos e comecei a escrever de forma mais constante ali pelos 18.

2- De que forma o uso do computador condiciona o teu texto?

Não tenho a menor idéia. Escrevo muita coisa à mão, nos inúmeros bloquinhos que possuo, mas em geral nunca são conceitos muito mais desenvolvidos do que duas ou três frases (exagerando). Quase sempre se resumem a uma palavra ou duas. Depois, quando sento na frente do computador, deixo as coisas irem fluindo. Nunca escrevi MUITO em máquina de escrever, mas imagino que talvez me travasse muito, visto que costumo escrever num ROMPANTE e depois reler muitas vezes o que escrevi, e ir lapidando até encontrar um resultado mais ou menos aceitável. Mas mesmo isso é algo relativamente novo, um hábito que formei depois de freqüentar a oficina do Assis Brasil. Antes disso eu simplesmente escrevia e NUNCA revisava. A minha monografia de conclusão de curso, por exemplo, foi escrita em cinco ou seis dias, sem intervalos nem revisões. Nunca a reli e, nem por isso está cheia de erros de português ou digitação. De qualquer forma, é difícil responder tua

pergunta porque escrever, pra mim = escrever no computador. Não sei se escrever numa máquina ou à mão mudariam muito meu texto. Suspeito que não.

3- Na tua opinião, quais são as condições fundamentais para uma obra se tornar um best seller?

Se eu soubesse, faria isso a cada dois anos pra poder ganhar dinheiro suficiente para escrever só o que eu gosto nos dois anos seguintes. Hehehe.

4- Tu achas que as adaptações literárias para o cinema ou para a televisão ajudam na divulgação da obra?

Com certeza. Muito mais gente vê televisão e vai ao cinema do que lê livros. Não tem nem comparação.

5- Define a obra do Galera em um parágrafo.

Ahn... Não consigo.

6- Programas como o Espaço Aberto - literatura, da Globo News e Provocações, da TV Cultura, auxiliam ou não na formação de um público leitor?

Acho que não. Os programas apelam a um público que já é leitor, e são importantes no sentido de manter viva a discussão acerca do tema, mas a formação de um público leitor deve começar no PRIMÁRIO, de preferência sem Jorge Amado e Érico Veríssimo, mas sim com autores contemporâneos, que falem de coisas que dizem mais respeito ao dia-a-dia dos jovens. Sempre achei que o grande pecado da literatura brasileira é o seu ENSINO, que mais AFASTA que aproxima, começando por livros extremamente complexos e antigos, escrito em épocas tão distantes quanto irrelevantes (para quem tem 9 ou 10 anos, que fique bem claro).

7- O crescente número de editoras independentes é, para o senhor, um sinal de vigor do mercado editorial ou de incapacidade de absorção de novos talentos por parte das casas tradicionais?

Naturalmente, incapacidade de absorção, mas não de novos talentos e nem só das casas tradicionais. Em primeiro lugar, não acho que existam assim tantos talentos literários por aí. Em

segundo, mesmo que existissem, não há público suficiente interessado nisso. Me parece óbvio afirmar que lê-se muito mais hoje do que se lia 10 anos atrás, mas grande parte dessa leitura ocorre em meio digital, via blogs, sites de notícia e afins, na internet e em celulares. O que nos leva à resposta da próxima pergunta:

8- Exercício de futurologia: qual o futuro do livro?

O livro vai acabar. Em no máximo 20 anos.

9- O cinema e a televisão influenciaram em que medida a tua literatura?

Muito mais do que a própria literatura, uma vez que mais vi televisão, joguei videogames, ouvi música e consultei dicionários e enciclopédias do que li ficção na minha infância e adolescência.

Acho que é isso.

:D

Se precisar de mais alguma coisa, cara, é só escrever.

abração!



## ANEXO F

## Dissonância e atrito

Longe dos tempos dos manifestos, a novíssima geração de escritores brasileiros recusa filiações a estilos e conquista espaço na Internet.

As melhores ficções são aquelas que parecem desprovidas de laços com seu tempo e com seu meio, provocando o desconforto de destoarem tanto dos hábitos dos intelectuais ilustrados como das expectativas amestradas do leitor comum. É o caso de , romance de estréia da carioca Nilza Resende, que chega este mês às livrarias. Uma ficção indiferente aos cânones e primazias de seu tempo, que parece ter sido escrita só por pelo prazer de escrever. Aos 43 anos, e depois de dez anos trabalhando com narrativas para crianças, Nilza chega à ficção com a autonomia íntima de uma menina. É esse espírito desarmado, e não sua fidelidade a um grupo ou um projeto, que define os melhores talentos da novíssima geração de narradores brasileiros, muitos deles, inclusive, abrindo espaço para novas editoras e ocupando espaço na Internet.

Se há algo que demarca essa novíssima geração surgida a partir da segunda metade dos anos 90, é justamente sua recusa em pertencer a uma geração e a aposta, solitária, na aventura da escrita. Dos mais experientes e consagrados, como Bernardo Carvalho, autor do festejado *Nove noites*, aos mais desobedientes e misteriosos, como Clarah (ou Lady) Averbuck, autora do quase desconhecido *Máquina de pinball*, eles compartilham uma grande dificuldade de "pertencer" - seja não só a uma filiação, mas também a um estilo, ou mesmo uma assinatura e a uma identidade. Com seu primeiro livro, *Aberração*, de 1993, Bernardo Carvalho foi provavelmente o pioneiro nessa ruptura com padrões, tendências e expectativas de época. Depois disso, outros escritores originais e também na faixa da meia-idade, como Rubens Figueiredo, Vitor Ramil e Luiz Ruffato, vieram se firmando nessa zona de transição, em que as classificações se tornam escorregadias e as reputações se formam mais por dissonância e atrito do que por semelhança e adesão.

Já não são mais os grupos do experimentalismo histórico, emparelhados em manifestos, repugnâncias comuns e princípios devastadores. Agora, as posturas são isoladas e a tensão se produz, justamente, pela presença dessas individualidades que decidiram recusar lugares e configurações, preferindo a liberdade da solidão. No fim dos anos 90, e do século 20, nomes como Nelson de Oliveira, Marcelo Mirisola, André Sant'Anna, Amílcar Bettega Barbosa e Antonio Fernando Borges foram conquistando seu público. Nessa geração oculta, que hoje toma a frente do cenário literário brasileiro, alguns nomes, já nem novos - mas novíssimos no que representam - começam a se impor. Com eles, a literatura se fragmenta e se expande pelas pequenas editoras e pelas páginas da Internet, abrindo caminho para o século 21.

Livros como *Como se Moesse Ferro*, de Altair Martins, *Ovelhas que Voam se Perdem no Céu*, de Daniel Pellizzari; *Vidas Cegas*, de Marcelo Benvenuto; *Braz, Quincas & Cia*, de Antonio Fernando Borges; *O Fluxo Silencioso das Máquinas*, de Bruno Zeni; *Pequod*, de Vitor Ramil; *Azul e dura*, de Beatriz Bracher, e *Quando o Escriba do Castelo era Eu*, de Victor Leonardi, são exemplos de uma literatura vigorosa, que não deseja acertar, ou vender, ou corresponder, mas só provocar e inventar. São escritores que trilham o caminho aberto por Bernardo Carvalho, transitando no inesperado e no tenso, mas o fazem sem reverências, sem interesses comerciais e sem dogmas. Não podem ser tidos como "seguidores", ou "descendentes" de Carvalho, até porque muitos deles nem chegaram a lê-lo e, em alguns casos, começaram a escrever antes dele.

Contrapostos, seus livros delineiam um momento em que a literatura brasileira dá um grande salto, não só de qualidade, mas, sobretudo, de atrevimento.

Abriram caminhos, ainda, para as novíssimas editoras que sinalizam hoje esse sucesso, entre as quais se destacam a Livros do Mal, a Ciência do Acidente, a Conrad, a Nankin, a WS, a Travessa dos Editores e a 7 Letras. Sim, ainda são, no geral, nomes ocultos - até porque alguns deles permanecem mesmo na penumbra do ineditismo, como é o caso de Diter Stein, que, aos 50 anos, terá seu *O Brilho de Sangue* finalmente editado este ano pela Travessa dos Editores, de Curitiba. Geração que, indiferente ao mercado editorial, se oculta nos sites literários e, sobretudo, nos blogs da web, território difuso, mas potente, no qual se afirmam escritores como Paulo Bullar, Jorge Cardoso e João Paulo Cuenca. O de Clarah Averbuck (<http://brazileirapreta.blogspot.com/>), talvez o mais famoso deles, surgiu em 2001 e já teria chegado a ter uma média de 1,8 mil acessos por dia. São, em princípio, veículos para comentários e confissões, mas muitos escritores passaram a usá-los como falsos diários, isto é, pura ficção. Eles se tornaram, assim, um lugar no qual os escritores sem espaço passaram a divulgar seus trabalhos.

Alguns escritores, como o economista carioca João Paulo Cuenca (<http://folhetimbizarro.blospot.com/>), de 24 anos, o roteirista de cinema Jorge Cardoso, de 30 anos, radicado em Emea, na Suécia, e a revisora técnica radcada em Petrópolis, Maira Parulla (<http://prosacaotica.blogspot.com/>), de 47 anos, ainda não têm livros publicados, mas passaram a ser reconhecidos unicamente pelos textos que publicam na Internet, tanto em blogs pessoais, como em revistas literárias virtuais como a célebre Revista A ([www.revistaa.com.br](http://www.revistaa.com.br)), em vias de extinção, e em blogs coletivos como o "fakerfakir" ([www.fakerfakir.hpg.com.br](http://www.fakerfakir.hpg.com.br)). Outros, como Joca Reiners Terron, mato-grossense de 34 anos, designer gráfico e dono da editora Ciência do Acidente, mesmo publicando em livro, conservam seus blogs, no caso o "Hotel Hell" (<http://hellhotel.blogspot.com.br>). A intimidade com a rede não impediu Terron de fundar uma editora, nem de escrever ficções como o inquietante *Não Há Nada Lá*, um dos melhores romances produzidos pela geração novíssima. Seu livro, de fato, prenuncia algumas das tendências mais fortes dessa geração sem tendências: o interesse pelo vazio, o desinteresse pela figuração, a herança explícita da cultura pop e a retórica em fragmentos. "Não tenho modelos literários", diz Terron.

O que os caracteriza? Nada os caracteriza. "Minha maior ambição é não ter estilo", afirma o paulista Ronaldo Bressane, de 32 anos, autor de *Infernos Possíveis*. E vai além: "O que define minha literatura é o que deixei de ler". Se lêem, é para transformar, não para repetir. "Quero ser um híbrido", assegura o mineiro Wir Caetano, de 42 anos, autor de *Morte Porca*. Enquanto Bernardo Carvalho sempre manifestou seu desprezo pela metáfora, alguns, como o gaúcho Altair Martins, de 27 anos, afirmam o contrário: "Pouco me importa se me acusam de beletrista, mas amo a metáfora". Um livro como o precioso *Pequot*, de Vitor Ramil, ainda que lançado em 1995, já anunciava essa reviravolta, com sua indiferença pelos padrões do mercado e sua escrita surpreendente, guardando, porém, o estilo depurado e preciso que caracteriza o autor, também compositor e músico profissional.

Essa discrepância de caminhos, desprezando as vias tradicionais para a carreira literária, é outra qualidade importante. Clarah Averbuck, que anuncia para 2003 o romance *Vida de Gato*, se declara fiel a ícones do pop como John Fante, Charles Bukowski e Paulo Leminski. Daniel Galera, autor de *Dentes Guardados*, prefere Tchekov e Kafka.

Enquanto Michel Laub, autor de *Música Anterior*, afirma seu apego a Herman Broch e Thomas Bernhard. Todas os caminhos levam ao novo. Não se interessam, também, em reverenciar a literatura. O paraense Edyr Augusto, de 48 anos, autor de dois livros muito elogiados, *Éguas* e *Moscow*, diz sem pudores: "Sou um leitor vulgar. Leio qualquer coisa". Altair Martins chega a dizer: "Sou brega. Cafona mesmo. Porque me disseram que a literatura é concisão, é contenção, é razão e eu, de tudo isso, não gosto nada".

Guardam, em geral, uma visão pouco idealizada da atividade literária. Quando perguntam ao ainda inédito Diter Stein o que espera da literatura, ele, que sobrevive trabalhando com Tecnologia da Informação, diz: "Acredito que nada". O também inédito Jorge Cardoso, roteirista de cinema, de 30 anos, diz que escreve apenas "para salvar o que me resta de gente". O baiano João Filho, de 27 anos, balconista num armarinho de miudezas em Bom Jesus da Lapa, autor de dois livros inéditos (espera publicar este ano o mais recente deles, *Trashion-dental education*) e colaborador de revistas na web, afirma, por sua vez, que escreve "só para não explodir".

Cíntia Moscovich, autora de *Duas Iguais* e *Anotações Durante o Incêndio*, editora da página de livros do Zero Hora, resume: "Quero tudo o que não consigo fora da literatura". Tal qual esta geração a pratica, a literatura se converte, assim, numa espécie de mundo alternativo, ou virtual, que vem preencher as lacunas do mundo real. Boas mentiras, que completam a insuficiência da verdade. Na orelha de *Vidas Cegas*, Marcelo Benvenuti, de 32 anos, formado em Ciências Contábeis, apresenta, sob sua foto, uma advertência: "Marcelo Bencenutti é o maior mentiroso que já escreveu em qualquer língua. Ele não é um escritor. É um ladrão e assim deve ser tratado". Talvez a foto também não seja sua.

Há, em todo caso, a redescoberta de uma utopia da fraternidade. O paulista Marçal Aquino, 44, de quem saiu esse ano *O Invasor*, se diz muito mais interessado "nas gentes das ruas" que nos livros. Esse elemento idealista se expressa também em *Amizade*, livro de encerramento da trilogia de André Sant'Anna iniciada com *O Amor?* e que prosseguiu com *Sexo*, que ele pretende entregar ao editor nas próximas semanas. André diz, claramente, que a literatura é, para ele, uma grande vingança contra o mundo em que é obrigado a viver. Pode não funcionar, pode não corrigi-lo, mas desafoga.

Mesmo espírito de desabafo que vigora no turbulento *Um deus dentro dele*, um diabo dentro de mim, de Nilza Resende. Formada em Letras e em Jornalismo, Nilza se especializou em textos profissionais, tendo inclusive trabalhado como roteirista do irmão, o cineasta Sérgio Resende. "Eu sempre escrevi por encomenda e sempre busquei achar a melhor forma de descrever o produto do outro, o desejo do outro", diz. A literatura a levou a encontrar a própria voz, em sincronia com a experiência de sua personagem, Lila, que vive submissa ao marido, Raul. "Enquanto ela andava, mendiga à cata de quê, à cata de nada, ele vinha, vinha, entrava pela cabeça dela e ia tomando seu corpo, o pescoço, os braços, as pernas, feito uma câimbra que não passa". Enfim, depois de dez anos de casamento, decide expulsá-lo de casa. Certa de que "o amor é pobre de léxico", Lila narra sua desventura, não para fazer estilo, ou para a glória, mas para enfrentar o real e, com isso, sobreviver.

Essa tensa relação com o mundo é um sinal, promissor, de que a realidade volta a interessar aos escritores. Eles já não desejam, porém, a pose dos retratistas, ou a simplificação dos sentimentais. Em vez disso, buscam e fazem uma escrita que venha

ferir o real, como alguém que, durante a noite, se pusesse a sacudir um sujeito que dorme. Esse sujeito é a literatura.

[editora@livrosdomal.org](mailto:editora@livrosdomal.org)

Todos as ilustrações © Copyright 2001-2003 Guilherme Pilla de Araújo.

Porto Alegre, RS, Brasil