



ESTRATÉGIAS DE LEGITIMIDADE E DISTINÇÃO NO MERCADO EDITORIAL

Algumas considerações a partir da literatura policial no Brasil

Marco Antônio De Almeida

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP)

Universidade de Santo Amaro (UNISA)

O processo de modernização brasileiro trouxe conseqüências importantes para o campo literário, que podem ajudar-nos a visualizar melhor o cenário que se consolidou a partir dos anos 80. O ponto de partida desse processo pode ser situado no início do regime militar, com uma mudança no horizonte técnico-material, que implicou num reaparelhamento do mercado de bens culturais. A entrada da lógica empresarial no campo literário possibilitou uma profissionalização da relação entre escritores e editores, bem como uma maior divulgação e circulação do livro, ampliando seu público. A industrialização da cultura foi criando aos poucos um público leitor mais amplo que a elite dos anos 40/50, um público de classe média basicamente urbano constituído pelos estratos mais escolarizados, como professores, universitários, jornalistas, profissionais liberais, etc. O aumento da escolaridade média, a expansão do ensino superior e da tiragem de jornais e revistas desempenharam um importante papel nessa mudança. Entretanto, como observa Sandra Reimão, comentando a correlação média anual de livros por habitante no Brasil, que ficou em 1,5 na década de 80:

“O índice brasileiro de livros por habitantes ao ano está longe do índice dos Estados Unidos, que é algo em torno de dez livros por habitante, mas não é dos piores do planeta. (...) O índice nacional de tiragem total de livros em relação aos habitantes torna-se mais significativo se levarmos em conta a porcentagem de analfabetos e a ampla parcela da população que vive nos limites da sobrevivência física, excluída, portanto, de qualquer acesso ao consumo, inclusive de consumo cultural. (...) Note-se que apesar do índice brasileiro de livro por habitante ao ano ser baixo, o fato de a população ser numericamente grande, uma das maiores populações mundiais, torna o Brasil um amplo mercado, comparado a outros países: o Brasil ocupa o sétimo lugar no mercado mundial de livros.”¹

¹ REIMÃO, Sandra Lúcia. *Mercado Editorial Brasileiro 1960-1990*. São Paulo: Com-Arte: Fapesp, 1996, p. 78-80.



Assim, no que diz respeito ao mercado editorial, se não estamos mais num processo de “industrialização restringida”, como observou Renato Ortiz para o conjunto da indústria cultural das décadas de 40/50, não podemos afirmar que a porcentagem de leitores em relação ao conjunto da população seja o mais adequado do ponto de vista social e cultural. Para esse autor, a indústria cultural dessa época ainda era muito incipiente, e a impossibilidade de um crescimento generalizado afetava o mercado de bens culturais. Inspirando-se em Bourdieu, Ortiz afirma que o país vivia um momento em que as esferas da cultura erudita, popular e de massa se interpenetravam, gerando mecanismos ambíguos de distinção. Nossa realidade era distinta da Europa do século XIX, onde os valores da cultura burguesa circunscreviam a legitimidade e a avaliação do gosto à esfera dos bens restritos, que serviria inclusive como escala para a mensuração simbólica dos produtos da indústria cultural. No caso brasileiro, os empresários burgueses tiveram um papel na formação de um sistema cultural que misturava as duas esferas:

“Se levarmos em consideração, nesse contexto, a presença ativa dos empresários no campo da cultura artística e da cultura de mercado, percebemos que a interpenetração entre a esfera de produção restrita e a ampliada é num país subdesenvolvido como Brasil uma necessidade histórica. Nesse caso, o trânsito entre o “erudito” e os meios de massa transfere para estes últimos um capital simbólico que adere à cultura popular de massa que é produzida.”²

Para Ortiz, a implantação de uma indústria cultural modifica o padrão de relacionamento com a cultura, uma vez que definitivamente ela passa a ser concebida como um investimento comercial. A idéia de “vender cultura” abre a possibilidade de se planejar os investimentos em termos de uma racionalidade empresarial. Entretanto, para o autor, “a cultura não é simplesmente mercadoria, ela necessita ainda se impor como legítima. A cultura popular de massa é produto da sociedade moderna, mas *a lógica da indústria cultural é também um processo de hegemonia.*”³ Que consequências esse raciocínio pode ter quando aplicado ao campo editorial? Retomemos uma observação de Sandra Reimão:

“Se atentarmos para os títulos que compõem as listas dos mais vendidos nos anos 80 podemos levantar a hipótese de que um texto depende de um duplo alicerce para se firmar em termos de vendagem. Esse alicerce é composto, por um lado, de elementos

² ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1989, p. 72

³ *Idem, ibidem*, p. 147, grifos meus.



internos à narrativa e, por outro, de elementos externos a ela. (...) Como, no Brasil, o principal problema da indústria do livro talvez seja o rompimento do círculo de desinformação, que isola o potencial leitor do universo da literatura, *os fatores externos parecem ser fundamentais no ‘despertar’ de leitores.*”⁴

Acredito que esses “fatores externos” aos quais se refere Sandra Reimão desempenharam um importante papel na divulgação de determinados autores e gêneros literários a partir da segunda metade da década de 80 e no decorrer da década de 90. O objetivo desse trabalho é discorrer acerca de alguns desses fatores, mostrando em que medida eles seguem (ou não) a lógica da disputa simbólica pela “distinção cultural”, conforme o modelo proposto por Pierre Bourdieu⁵. A análise se concentrará em um caso paradigmático: as narrativas policiais brasileiras, em especial aquelas publicadas pela editora Companhia das Letras.

Um primeiro fator a ser levado em conta foi a mudança, ocorrida no período em questão, no horizonte estético dos autores, que no caso do romance foi marcada, segundo Silviano Santiago, pela

“... explosão das regras tradicionais do gênero, característica aliás dos momentos de transição literária, quando os padrões comuns que determinam a estética do gênero em determinado período histórico passam a ser insuficientes (ou repressivos e até mesmo inconseqüentes), não possibilitando a expressão de novos anseios e de situações dramáticas originais.”⁶

Para o autor, o que se destaca no mapeamento da literatura brasileira no período é a *anarquia formal*:

“A anarquia formal não deve ser tomada, a priori, como um dado negativo na avaliação da literatura em prosa de agora. Pelo contrário. Demonstra a vivacidade do gênero, capaz de renascer das próprias cinzas; fala da maleabilidade da forma, pronta para se adaptar idealmente a situações novas e díspares; e exprime a criatividade do romancista, que busca sempre a dicção e o caminho pessoais.”⁷

Um dos elementos importantes neste cenário foram as discussões em torno da estética pós-moderna. O debate sobre o pós-modernismo apontou um traço importante para a

⁴ REIMÃO, S. L., *op. cit.*, p. 95, grifos meus.

⁵ Ver, principalmente, BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos In: *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo, Perspectiva, 1982; *Idem, As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996 (especialmente a 1ª Parte).

⁶ SANTIAGO, Silviano: *Prosa literária atual no Brasil*. In: *Nas malhas da letra*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989, p. 29.

⁷ *Idem, ibidem*, p. 30.

compreensão da cultura contemporânea: a centralidade nova que adquiriram procedimentos como a intertextualidade, a citação, a paródia. Toda essa série de estratégias que permitem o diálogo com os *gêneros* ou com as formas já estabelecidas da produção literária ou cinematográfica definem o “horizonte de expectativas” dessa mesma produção. Criou-se um discurso “estético” que influencia a produção, a recepção e a avaliação de filmes e livros. Um dos resultados disso foi a revitalização de gêneros como o policial, especialmente em sua vertente *noir*.

Ocorreu um processo de reconsideração da até então denominada “literatura média”. Setores da crítica empreenderam uma revisão histórica do papel e do valor de uma série de escritores, e do próprio conceito de “literatura média”⁸. Poderíamos lembrar a trajetória de alguns escritores do gênero policial, como os americanos Dashiell Hammett e Raymond Chandler, autores de “pulp fiction” considerados inicialmente como escritores de terceira linha, depois como bons escritores “médios”, e que hoje alguns críticos — norte-americanos e brasileiros — cogitam incluir no rol dos grandes prosadores americanos. No caso brasileiro, como veremos a seguir, críticos que não apreciam a obra de Rubem Fonseca costumam considerá-lo um bom escritor “médio”, ou mesmo um embuste literário que se rendeu aos mecanismos do mercado. Outros, ao contrário, o apontam como um dos renovadores da literatura brasileira, que se valeu de gêneros consagrados pela literatura de massa para trabalhar a temática urbana de maneira nova em nossa literatura. Entretanto, é bem difícil estabelecer que uma obra seja média da perspectiva exclusivamente intrínseca, pois o terreno desses juízos também é, como diria Pierre Bourdieu, um campo de batalha em busca do poder de estabelecer critérios de distinção. O fato é que Rubem Fonseca, escritor “médio” ou não, soube posicionar-se entre a cultura “erudita” e a cultura de massa, num ponto de intersecção que lhe permite transitar entre ambas. Aberto o caminho, seu exemplo foi seguido sem maiores dramas de consciência pela nova geração de autores.

Quanto à explosão das categorias de distinção, além da discussão estética do pós-modernismo, vale lembrar o papel dos cadernos culturais dos jornais, em reavivar e dar uma nova “aura” a este tipo de literatura (ampliando assim o número referências para um público mais amplo e disputando espaço com a academia). Como observa Bourdieu, esse espaço

⁸ Vide principalmente PAES, José Paulo: “Por uma literatura brasileira de entretenimento”. In: PAES, J. P. *A aventura Literária*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990. p. 25-38.



exerce uma influência sobre o campo da produção cultural através da intervenção de “mediadores culturais”, dos “intelectuais-jornalistas” que exercem forte influência na recepção dos produtos culturais e, de forma indireta, sobre a produção, orientando muitas vezes a opção por produtos menos exigentes e mais vendáveis:

“Estes 'intelectuais-jornalistas', que se servem de seu vínculo duplo para escapar às exigências específicas dos dois universos e para importar de cada um deles poderes mais ou menos bem adquiridos no outro, são capazes de exercer dois efeitos principais: de um lado, introduzir novas formas de produção cultural, situadas num intervalo mal definido entre o esoterismo universitário e o exoterismo jornalístico; de outro lado, impor, notadamente por meio de seus julgamentos críticos, princípios de avaliação das produções culturais que, ao dar a ratificação de uma aparência de autoridade intelectual às sanções do mercado e ao reforçar a inclinação espontânea de certas categorias de consumidores à "alodoxia", tendem a fortalecer o efeito do índice de audiência ou da "best seller list" sobre a recepção dos produtos culturais e também, indiretamente e a prazo, sobre a produção, orientando as escolhas (as dos editores, por exemplo) por produtos menos exigentes e mais vendáveis.”⁹

Descontando um certo jacobinismo da análise, de fato é inegável a influência da mídia nas decisões do público e do empresariado. Vale lembrar que este processo insere-se na lógica de segmentação do mercado, que atinge tanto a produção quanto a circulação (inclusive de informações, na qual é fundamental o papel desses intermediários culturais). Desde os anos 60, nos EUA, empresários e homens de marketing perceberam que o futuro comercial e produtivo do capitalismo não estaria na difusão extensiva de produtos de massa, mas numa crescente diferenciação dos bens e dos consumidores que se desejavam atingir. Nesse sentido, a lógica da segmentação encorajará a identificação mais com as marcas, com os “estilos”, do que a mera promoção de produtos. Poderíamos pensar, lembrando Walter Benjamin, numa espécie de “retorno da aura”, só que agora uma “aura” industrialmente planejada.¹⁰

No caso brasileiro, do ponto de vista das editoras, o que se buscou nos anos 80 e 90 foi a expansão do setor a partir da ampliação do público leitor, o que se traduziu, muitas vezes,

⁹ BOURDIEU, P.: “O império do jornalismo”. *Jornal Folha de São Paulo/Caderno MAIS!*, 09/03/1997. Em relação ao caso brasileiros, Flora Sussekind compartilha diagnóstico semelhante: “O que se percebe na década de 80 é que o crescimento editorial, ao contrário do que seria de se esperar, se desestimula uma reflexão crítica mais atenta (já que o interesse primordial é vender livros, não analisá-los) estimula, por sua vez, nova ampliação do espaço para a literatura na imprensa. Isto é: espaço para a resenha, a notícia, para um tratamento sobretudo comercial do livro. É de se esperar então, que mais uma vez cresça o poder do crítico-jornalista, do ‘não-especialista’, para retomar expressão adequada às discussões dos anos 40-50 em torno do rodapé. É possível prefigurar também outro duelo. De novo entre *scholars* e jornalistas. Com diferenças, no entanto. (...) É entre ‘instituições’, entre formas de produção e reprodução de dados. Entre imprensa e universidade, no caso.”. In: SÚSSEKIND, Flora. *Rodapés, tratados, ensaios - a formação da crítica brasileira moderna*. In: SÚSSEKIND, Flora. *Papéis colados*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1993, p. 32.

num processo que conjugou a “des-elitização” da literatura e a valorização de novos autores, especialmente os nacionais. Esse duplo movimento transparece no comentário de Luciana Villas-Boas, ex-editora do Caderno *Idéias* do JB (atualmente, responsável pela linha editorial das editoras Record e Civilização Brasileira), acerca dos lançamentos de livros nacionais em 1994, quando a publicação por ela dirigida recebeu 65 títulos de autores brasileiros, dos quais quarenta tiveram espaço de resenha:

“Afinal a literatura de um país não se faz só com Machados, Gracilianos e Clarices. Numa era de cultura de massa, não é possível manter a expectativa do surgimento daquele autor seminal, cuja obra é capaz de transformar a visão de mundo de cada leitor e definir rumos para várias gerações a seguir. É preciso antes que haja uma grande produção de escritores, digamos, médios, que façam ficção de boa qualidade e consigam atrair público para a leitura de obras que de alguma forma reflitam e problematizem a cultura nacional, a vida e os dilemas das pessoas no país.”¹¹

No caso específico da narrativa policial, as editoras também jogaram um papel importante no sentido de construir um novo *status* para este gênero a partir dos anos 80. Foi o caso inicialmente da editora Brasiliense, e posteriormente da Companhia das Letras, seguida, no final dos anos 90, pela Record, que constituíram coleções específicas de livros policiais, inovando ao editar (ou reeditar) os clássicos do gênero juntamente com autores da nova safra “pós-moderna” — além de reservar um espaço considerável para escritores brasileiros, o principal diferencial em relação às coleções policiais de períodos anteriores. Mais que amearhar um conjunto de obras sob um determinado rótulo, estas editoras criaram uma proposta gráfica e editorial diferenciada, além de suprirem a mídia (os já citados intermediários culturais, como críticos e jornalistas — os “intelectuais jornalistas” aos quais se referia Bourdieu) com os exemplares recém-lançados, fornecendo resenhas sobre as obras publicadas no exterior, publicando informativos dirigidos ao leitor, etc.

No que diz respeito à globalização, dois fatores devem ser levados em conta, o econômico e o cultural, especialmente a partir dos anos 90. No plano econômico, o controle

¹⁰ BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas vol. I – Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 165-196.

¹¹ VILLAS_BOAS, Luciana, In TRAVANCAS, Isabel: *O livro no jornal – os suplementos literários dos jornais franceses e brasileiros nos anos 90*. São Paulo: Ateliê Editorail, 2001, p. 72/73. Comentando a observação da editora, Travancas assinala na sequência: “A atitude do suplemento em relação ao autor nacional, não é de valorização em si, como se outra literatura estivesse sendo privilegiada ou a brasileira sendo criticada, mas sim de que é preciso que as editoras criem espaço para esse autor poder aparecer e o leitor conhecê-lo.(...) É quase uma demanda do mercado que se expande e se torna mais exigente; o leitor caminha junto, esperando escritores novos e não tão conhecidos. E o retorno que as empresas tiveram foi satisfatório,

da inflação e a elevação do poder aquisitivo de parcelas excluídas do consumo geraram um surto de aquisições (via principalmente compras a crédito) com alguns efeitos importantes na “cultura de massas”¹². No caso, a classe média, seduzida por artifícios cambiais, esbaldou-se numa ciranda de consumo de quinquilharias importadas, de automóveis a *vaporetos*. Ser *in* significava, tanto quanto possível, ser internacional e aspirar ao “Primeiro Mundo”, possuir qualquer coisa com aparência moderna ou sancionada como tal pelos circuitos de legitimação. Esse estado de coisas refletiu-se, de algum modo, na indústria editorial, que entrou na era das *megastores* e dos hipermercados de livros (Livraria Cultura, Ática, Siciliano e Saraiva abriram novas instalações, ao lado de grupos internacionais que chegaram ao Brasil, como a FNAC francesa e a Darby norte-americana), com amplo apelo de marketing e promoção de grandes eventos, como feiras e bienais, que atraem multidões.¹³ Apesar dos indícios que apontam para uma possível estagnação do mercado, foram produzidos em 1997 cerca de 41.500 títulos¹⁴. Com estes números, o Brasil é hoje a oitava economia editorial do mundo, em termos de vendas (de editor para livreiro) e faturamento.¹⁵ O que esses dados demonstram é que o setor de livros no Brasil está fortemente estruturado e já se mostra relativamente globalizado.

No plano cultural, o processo de globalização tem se caracterizado por um maior fluxo de informações desterritorializadas, notadamente das formas e dos formatos veiculados pela indústria cultural. As novas tecnologias de comunicação e a circulação de capitais decorrente da “acumulação flexível”¹⁶ acarretaram mudanças nas condições de produção, recepção e consumo de bens culturais de massa. Essas mudanças implicaram não só na disseminação de novos centros produtores de bens culturais, como também em alterações nas formas e

afirma a reportagem. Várias editoras, que não priorizavam o aspecto comercial ao lançarem estes livros, se surpreenderam com o sucesso.”

¹² Essa suposta nova etapa de modernização entretanto, está longe de ser um processo que vá equacionar a crônica má-distribuição de renda brasileira, sendo incapaz, até aqui, de absorver parcelas expressivas da população, um contingente imenso de pessoas assombradas pelo fantasma da exclusão social. Ou seja, há de fato — pelas suas dimensões — um mercado de massa no Brasil; entretanto, esse mercado não engloba uma considerável parcela da “massa” de brasileiros.

¹³ A Bienal do Livro, no Expo Center Norte de São Paulo, em 1999, reuniu 815 expositores e promoveu o lançamento de milhares de títulos novos em primeiras edições: 950 títulos de literatura adulta, 1.400 de literatura infantil e mais de 700 de literatura juvenil. A feira teve como público total cerca de 1,4 milhão de visitantes em 15 dias. Fonte: Câmara Brasileira do Livro/ Fundação João Pinheiro (MG).

¹⁴ Em 1995, o brasileiro consumiu 12,3% de unidades a mais que no ano precedente: 300 milhões contra 267 milhões. O ano de 1996 marca o ápice desse processo (com aproximadamente US\$ 1,8 bilhão computados), e 1997 fecha com uma ligeira queda em relação a esse resultado, de cerca de 10%. Dados da Câmara Brasileira do Livro/ Fundação João Pinheiro (MG).

¹⁵ Em primeiro lugar estão os Estados Unidos, que faturaram US\$ 25 bilhões, em 1996, e em segundo, o Japão, com cerca de US\$ 10 bilhões. Dados da Câmara Brasileira do Livro/ Fundação João Pinheiro (MG). O desempenho do Brasil, entretanto, é bastante influenciado pelo peso exercido pelo setor de livros didáticos.



conteúdos desses bens. Processo que, independentemente de juízos estéticos, gera um grau cada vez menor de “provincianismo” por parte das culturas locais, no que diz respeito à utilização dessas formas globalizadas. Como observa Ulf Hannerz, “o que McLuhan descreveu certa vez como força explosiva da mídia pode tornar quase todo mundo um pouco mais cosmopolita”¹⁷.

Os fluxos internacionais não são novidade para a literatura brasileira; vale registrar as influências das vanguardas européias sobre o movimento modernista, ou os intercâmbios levados a cabo pelos concretistas na década de 50. Tampouco é novidade para a própria “literatura de entretenimento”, que já seguia ou era influenciada pelos modelos estrangeiros desde a década de 40 (basta lembrar os exemplos de Jerônimo Coelho e Pagu, que escreviam contos policiais sob os pseudônimos de Ronnie Wells e King Shelter). O que muda, agora, além da confusão de fronteiras entre literatura erudita/literatura de massa, é que essa influência não é mais “subalterna”, escondida ou filtrada, mas explicitamente assumida pelos novos autores. No caso do gênero policial, um exame da produção brasileira recente mostra claramente como o gênero, sem perder suas características essenciais, desdobrou-se temática e estilisticamente, influenciado por estes fluxos culturais decorrentes dos processos de globalização. Cabe mais uma vez salientar a importância de Rubem Fonseca como precursor e “modelo” da geração de autores que surge nos anos 90, ao introduzir e popularizar o “estilo americano” na literatura brasileira, dando-lhe um sotaque próprio.

Algumas das críticas feitas a Rubem Fonseca, parecem-me, ao menos parcialmente, motivadas pela forma como o autor passou a ser “vendido” a partir do final dos anos 80. *Vastas emoções e pensamentos imperfeitos* marcou a passagem de Rubem Fonseca para a Editora Companhia das Letras, e a inauguração de um estilo de marketing inédito no mercado editorial brasileiro. A campanha, a cargo da agência W/GCK, utilizou as costumeiras inserções em jornais e revistas, mas contou também com chamadas no rádio, com um *out-door* ambulante (uma reprodução gigante da capa do livro) e até um anúncio no espaço destinado às casas de massagem e acompanhantes¹⁸. A esta campanha, some-se o apelo da

¹⁶ Sobre o conceito de acumulação flexível, vide HARVEY, David: *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1992.

¹⁷ HANNERZ, Ulf: “Cosmopolitas e locais na cultura global”. In: FEATHERSTONE, M.(org.): *Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994, p. 264.

¹⁸ Na Rádio Eldorado FM, uma das chamadas lançava o seguinte apelo: “R. F. você me provoca vastas emoções e pensamentos imperfeitos. Te encontro nas livrarias.” Outro anúncio, veiculado durante os noticiários, alertava: “Maior escritor russo do século é assassinado enquanto escrevia. Esta notícia não está no jornal que você está ouvindo. Está em

temática do livro — um romance policial com tempero *cult* —, a legitimidade de um autor “maldito” — incensado pela maioria da crítica e censurado pelo regime militar —, a famosa misantropia do autor — que se recusa a dar entrevistas, ser fotografado e comparecer a noites de autógrafos — e teremos, mesmo que involuntariamente, uma série de ingrediente atrativos para compor a “aura” do “estilo Rubem Fonseca”.

A campanha de *Vastas emoções e pensamentos imperfeitos* gerou, inclusive, uma polêmica entre pesos-pesados do mercado editorial. Uma reportagem do Jornal do Brasil foi a deflagradora do caso, ao questionar os números atribuídos à tiragem do livro *O sumiço da santa*, de Jorge Amado e ao noticiar que o mesmo vinha sendo suplantado pela obra de Rubem Fonseca. Sérgio Machado, proprietário da Record, responsável pelas obras de Jorge Amado, acusou Luiz Schwarcz, proprietário da Companhia das Letras, de ter se beneficiado da reportagem: “se não está envolvido com a reportagem, ao menos dela se beneficia ... estranho sinceramente que Schwarcz queira promover seu produto diminuindo outro.”¹⁹ Em sua resposta, Schwarcz declara que “divulgo os livros que publico a partir de sua substância e suas qualidades. Além da questão ética, é claramente desnecessária a comparação com outros autores para vender os livros de Rubem Fonseca, especialmente *Vastas Emoções*.” E conclui:

“Respeito também a imprensa e não acredito que nós editores tenhamos o papel e a capacidade de manipulá-la. Notícias dependem em primeiro lugar do produto (no caso o livro) e dos jornalistas. Bem mais remotamente do bom e honesto serviço de divulgação das editoras.”²⁰

O papel modesto atribuído por Schwarcz ao serviço de divulgação das editoras — especialmente o da sua — e que incide fortemente na valorização dos autores, não é avaliado da mesma forma por colegas do ramo e estudiosos do mercado editorial. Como observa Isabel Travancas:

“O que todos estão de acordo é sobre a importância da profissionalização do mercado editorial, do reconhecimento do autor. E o sucesso do Paulo Coelho, aliado ao surgimento de uma empresa paradigmática e geradora de grandes transformações nos

Vastas emoções e pensamentos imperfeitos, o novo romance de Rubem Fonseca. Conheça detalhes nas livrarias. *Vastas emoções e pensamentos imperfeitos*. Um lançamento da Companhia das Letras.” Mas a peça publicitária mais inusitada foi aquela destinada ao espaço dos jornais dedicado aos anúncios de casas de massagem e saunas, cujo título era *Bem Dotado: “Vastas emoções e pensamentos imperfeitos*. O novo romance de Rubem Fonseca, um dos maiores dotes da literatura brasileira. Relaxe e aproveite. Nas livrarias. Companhia das Letras.”

¹⁹ BARSOTTI, Adriana: “Polêmica: Um jogo duro nos bastidores da guerra dos best-sellers”. Jornal *O Estado de São Paulo*/Caderno 2, 07/12/1988, p. 10

²⁰ Sem indicação de autor: “Polêmica: Xexéo e Schwarcz respondem a Alfredo Machado”. Jornal *O Estado de São Paulo*/Caderno 2, 08/12/1988, p. 12.

anos 1980-1990 na indústria do livro no Brasil – a Companhia das Letras –, vão ser fundamentais. Uma empresa que vai investir na qualidade dos textos e do projeto gráfico dos seus livros, e também no tratamento dispensado ao autor, que passa a receber adiantamento dos direitos autorais – fato muito raro até então no Brasil – além de realizar campanhas publicitárias para divulgar seus títulos, e fazer promoções conjuntas com outras mídias.”²¹

A Companhia das Letras tornou-se uma “empresa paradigmática”, na esteira da editora Brasiliense, que lhe abriu caminho no início dos anos 80, ao incorporar a racionalidade capitalista num ramo onde muitas vezes imperou o diletantismo e a disposição “missionária”. Uma “missão” que se origina numa visão humanista, que valoriza a cultura em geral e a literatura em particular, como alimentos do espírito, como portadoras dos elementos capazes de modificar o homem e, conseqüentemente, a sociedade. Um espaço de resistência contra a barbárie (que muitas vezes é assimilada à cultura de massa). Sobressai, de novo, a competência da Companhia das Letras em transitar por esse terreno tão simbolicamente carregado. Para Roberto Feith, proprietário da editora Objetiva:

“A Companhia consegue o melhor dos dois mundos, porque ela tem uma imagem de qualidade literária, mas não é considerada uma editora de best-seller. O ano passado foi um ano glorioso para ela, quando teve cinco ou seis títulos de não-ficção na lista dos mais vendidos, mas nunca essa expressão: editora de best-seller. Isso é um trabalho de construção de imagem muito bem feito.”²²

O desafio para algumas editoras parece ser o de vender livros – de preferência muitos – sem lhes conspurcar a “aura”. Nesse sentido, ainda permaneceriam em ação os mecanismos de legitimação do campo literário detectados por Bourdieu. O que não me parece válido, contudo, é a oposição estrita entre a esfera de bens restritos (cultura “erudita”) e a esfera de bens ampliada (cultura de massa) preconizada por ele. Embora se busque a legitimidade entre os pares, a própria lógica da indústria editorial empurra os autores para um maior diálogo com o público. Intensifica-se o corpo-a-corpo com os leitores: noites de autógrafos, oficinas literárias, encontros com os autores onde suas obras serão discutidas, reportagens e entrevistas, etc. No caso dos autores avessos a esses contatos (como Rubem Fonseca, mas também como Dalton Trevisan e Raduan Nassar, para ficarmos no Brasil) a própria misantropia pode ser um fator de marketing, acrescentando um toque de mistério, de

²¹ TRAVANCAS, Isabel, *op. cit.*, p. 139.

²² FEITH, Roberto *In* Travancas, Isabel, *op. cit.*, p. 140.



excentricidade à *persona* literária, passível de ser transmitida à “aura” do livro. Não pretendo afirmar que se trata exclusivamente de uma atitude “maquiavélica”, claramente comercial, por parte dos autores, ou mesmo das editoras, que pretenderiam “manipular” seu público. Apenas quero destacar que estão em jogo *simultaneamente* mecanismos de legitimação cultural e estratégias de ampliação de vendas. O caso de *Vastas emoções* é exemplar: até os anúncios mais inusitados, além de vender os ingredientes de maior apelo, como violência e sexo, mencionavam as qualidades do autor e/ou sua importância para a literatura brasileira.

Nesse aspecto, do ponto de vista editorial, um elemento que merece ser mencionado diz respeito ao conceito de “peritextualidade editorial”, de Gérard Genette, um conjunto de elementos combinam-se ao texto para articular junto com ele uma “identidade literária” compartilhada e reconhecida por autor, editor e leitor. Para Sílvia Borelli, que se utiliza do conceito na análise dos livros de Marcos Rey editados pela Ática:

“A peritextualidade é, sem dúvida, característica fundamental na configuração de qualquer identidade literária. Constrói e define uma idéia; configura e projeta a imagem do livro; por meio dessa imagem torna-se possível a ocorrência dos processos de identificação por parte do receptor.”²³

Considerando-se alguns livros publicados pela Companhia das Letras, percebe-se uma diferença no tratamento dispensado aos de Rubem Fonseca e aos de Patrícia Melo. São séries com tratamento individualizado, que buscam criar um padrão com fotos ou um tratamento gráfico que remete ao conteúdo dos textos, no caso do primeiro com fundos escuros e mais discretos, no caso da segunda, com os fundos mais coloridos e berrantes. Principalmente, são livros que parecem investir mais no apelo da autoria: os nomes dos escritores vem em destaque, e tornam-se o item mais chamativo. Já no caso dos livros do outro autor do gênero policial, Luiz Alfredo Garcia-Roza, o que temos é o padrão de uma coleção que identifica o *gênero* antes do autor: capas pretas, com fotos em preto e branco e uma discreta faixa colorida onde o nome do autor vem inscrito em branco caracterizam a *série policial* da editora. Finalmente, é possível detectar uma terceira estratégia de peritextualidade, presente na série *Literatura ou Morte*. A linha editorial da coleção é a de uma série policial *cult*: escritores conhecidos foram convidados a escrever histórias de crime e mistério envolvendo grandes

²³ BORELLI, Sílvia H. S.: *Ação, suspense, emoção. Literatura e cultura de massa no Brasil*. São Paulo: EDUC/Estação Liberdade, 1996, p.162.

escritores²⁴. O tratamento gráfico padrão — capa dividida em duas cores, com título e autor destacados em cores alternadas em relação ao fundo —, conjuga o apelo do gênero com o apelo da autoria. Mais uma amostra do prestígio recém-conquistado do policial.

Acredito que, dado o perfil do público que de fato compra livros no Brasil — pessoas da classe média e alta, que preferem investir em volumes sofisticados ao invés de edições populares, como nos países europeus²⁵ —, algumas editoras optaram por investir em linhas editoriais que conjugassem entretenimento e qualidade. A opção por determinadas gêneros e formatos seriam indicativos de uma maior abertura em relação ao público leitor, acompanhando e, ao mesmo tempo, criando, tendências de consumo. Os próprios circuitos de legitimação acabaram por acompanhar essa lógica, premiando a obra de estréia de Luiz Alfredo Garcia Roza, *O silêncio da chuva*, com os prêmios Nestlé de Literatura (1996) e Jabuti (1997) — um romance tipicamente policial, escrito por um autor que se confessa admirador dos “clássicos” do gênero. O quadro abaixo mostra a performance destes autores:

Tabela Livro/Autor/Tiragem. Fonte: Companhia das Letras

Autor	Exemplares vendidos
Livro/Ano de lançamento	(até fev./2002)
RUBEM FONSECA	
<i>Vastas emoções e pensamentos imperfeitos (1988)</i>	84.000
<i>Agosto (1990)</i>	127.058
<i>Romance negro e outras histórias (1992)</i>	34.900
<i>O buraco na parede(1995)</i>	28.900
<i>E do meio do mundo prostituto....(1997)</i>	12.000
<i>O doente Molière (2000?)</i>	13.300
PATRÍCIA MELO	
<i>Acqua Toffana (1994)</i>	8.600

²⁴ Alguns exemplos: Luís Fernando Veríssimo (*Os orangotangos de Borges*), Alberto Manguel (*Stevenson sob as palmeiras*), Ruy Castro (*Bilac vê estrelas*) e o próprio Rubem Fonseca (*O doente Molière*).

²⁵ Fonte: Câmara Brasileira do Livro (<http://www.cbl.org.br>)



<i>O matador (1995)</i>	14.200
<i>Elogio da mentira (1998)</i>	8.300
<i>Inferno (2000)</i>	15.900
LUIZ ALFREDO GARCIA-ROZA	
<i>O silêncio da chuva (1996)</i>	20.400
<i>Achados e perdidos (1998)</i>	9.000
<i>Vento sudoeste (1999)</i>	8.800

Para estabelecer um termo de comparação, a tiragem média dos livros das coleções Policial e Literatura ou Morte da Companhia das Letras é de 4.000 exemplares. As tiragens médias de autores novos no mercado editorial, segundo dados da Fundação João Pinheiro/Câmara Brasileira do Livro, oscilam entre 2.000 e 3.000 exemplares.

Outras editoras também passaram a investir no gênero, destacando-se a Record, que lançou a Coleção Negra, que mescla autores estrangeiros como Ross MacDonald, James Ellroy e Andrea Camilleri a brasileiros como Flávio Moreira da Costa (*Modelo para morrer*), Rubens Figueiredo (*Essa maldita farinha*) e Rubem Mauro Machado (*O executante*), podemos acrescentar Fernando Bonassi (*Crimes Conjugais*), Marçal Aquino (alguns contos de *Miss Danúbio*), além de Tony Belloto (*Bellini e a esfinge*, *Bellini e o demônio*). Boa parte dos autores referidos se equilibram entre vertentes do gênero policial propriamente dito e o *thriller* fundado na violência e que, independente do grau de ambição literária, buscam fazer uma obra “a sério” dentro destas referências. Numa outra linha de apropriação do gênero policial, mais propriamente cômico-paródica, encontramos autores como Jô Soares e seus best-sellers *O Xangô de Baker Street* e *O homem que matou Getúlio Vargas*, e Gilson Rampazzo com *Os deuses chutam lata na Consolação* (vale lembrar, como um antecessor nessa vertente, Luis Fernando Veríssimo e seu personagem Ed Mort, surgido em contos breves na década de 80 e posteriormente adaptado aos quadrinhos e ao cinema).

Concluindo, parece-me que o mercado editorial do Brasil dos anos 90, no terreno de ficção, parece manter a tendência precocemente detectada por Sandra Reimão²⁶, que seria a da

²⁶ REIMÃO, S. L., *op. cit.*, p. 96-99.



ampliação da presença de autores nacionais nesse segmento. Minha hipótese, generalizando as considerações acima, é que isso se deve à 1-) uma maior “profissionalização”, por parte das editoras, na exploração dos espaços de legitimação cultural, em especial o dos cadernos literários de jornais e revistas especializadas; 2-) revalorização da chamada “cultura média”, em função principalmente das discussões estéticas relacionadas ao pós-modernismo, levando as editoras a investir em linhas editoriais que conjugassem entretenimento e qualidade; 3-) diversificação e “globalização” da produção dos autores nacionais, que passaram a explorar certos gêneros da literatura de massa que não mais são considerados “ilegítimos” dentro de uma ótica de distinção literária, passando a ter assim um maior “apelo” em relação ao gosto do leitor “médio”.



BIBLIOGRAFIA

- ALMEIDA, Marco Antônio de. *Sangue, suor & tiros: a narrativa policial na literatura e cinema brasileiros*. Campinas, 2002. 231 f. Tese (doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas.
- BARSOTTI, Adriana. “Polêmica: Um jogo duro nos bastidores da guerra dos best-sellers”. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 07 dez. 1988. Caderno 2, p. 10
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas vol. I – Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 165-196.
- BORELLI, Silvia H. Simões. *Ação, suspense, emoção. Literatura e cultura de massa no Brasil*. São Paulo: EDUC/Estação Liberdade, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos In: *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo, Perspectiva, 1982.
- _____. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- _____. O império do jornalismo. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 09 mar. 1997. Caderno MAIS!
- HANNERZ, Ulf. Cosmopolitas e locais na cultura global. In: FEATHERSTONE, Mike (org.). *Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994. p. 251-266.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1992.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- PAES, José Paulo. Por uma literatura brasileira de entretenimento. In: PAES, J. P. *A aventura Literária*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990. p. 25-38.
- POLÊMICA. Xexéo e Schwarcz respondem a Alfredo Machado. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 08 dez.1988. Caderno 2, p. 12.
- REIMÃO, Sandra Lúcia. *Mercado Editorial Brasileiro 1960-1990*. São Paulo: Com-Arte: Fapesp, 1996.
- SANTIAGO, Silviano. *Prosa literária atual no Brasil*. In: *Nas malhas da letra*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p. 24-37.
- SÜSSEKIND, Flora. Rodapés, tratados, ensaios. A formação da crítica brasileira moderna. In: SÜSSEKIND, Flora. *Papéis colados*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1993. p. 13-34.
- TRAVANCAS, Isabel. *O livro no jornal – os suplementos literários dos jornais franceses e brasileiros nos anos 90*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.