

A biografia no Brasil: tendências do mercado editorial nos primeiros anos do século XXI¹

Licia OLIVEIRA SOUZA²
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

Resumo

O presente trabalho busca traçar um panorama do mercado editorial brasileiro quanto à publicação de biografias escritas por autores nacionais. O período abrangido será de 2001 a 2011 para que se possa verificar o posicionamento da indústria livreira nesses primeiros anos do século XXI quanto a esse gênero que tem um apelo forte entre os leitores. Além disso, o artigo pretende analisar as tendências apresentadas durante esse período.

Palavras-chave: Biografia; mercado editorial brasileiro; autor nacional; livros de não ficção.

Introdução

As histórias de vidas transformadas em livros despertam o interesse dos leitores, em todo o mundo, seja pela vontade de saber como foi a vida de alguma personalidade tida como referência para a sociedade ou pela possibilidade de tomar uma trajetória como exemplo, passando pela curiosidade voyeur do ser humano. Em razão desse conjunto de interesses, o mercado de biografias no Brasil abrange o investimento de grandes editoras, assim como constitui um nicho para editoras pequenas e médias produzirem material para seus públicos específicos.

As biografias contribuem na constituição de lugares de memória, que são locais, segundo Pierre Nora (1989, p. 18), construídos de forma material, simbólica ou funcional, em que se misturam o coletivo e o individual, o sagrado e o profano, o imobilizado e o móvel. Integram um conjunto de práticas voltadas para o passado, que apontam para o interesse pelo memorável na contemporaneidade (BARBOSA e RIBEIRO, 2008), tais como a restauração de centros urbanos, a moda retrô, o sucesso de narrativas históricas e da literatura memorialista e a multiplicação dos espaços de comemoração. Essas práticas despertam o interesse comercial do segmento editorial, além de um conjunto de profissionais, como jornalistas e historiadores, que têm se dedicado “a escrever biografias e/ou participar da produção de documentários biográficos audiovisuais, radiofônicos e, a partir do final dos anos noventa, também para a Internet” (VILAS BOAS, 2006, p.12).

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades, UFF, email: liciaoliveira.s@gmail.com;

O propósito deste estudo é entender o mercado brasileiro de livros de biografias, a partir das obras escritas no país sobre personalidades brasileiras ou internacionais, desconsiderando-se as traduções de biografias estrangeiras. A dinâmica do mercado editorial muda constantemente, de acordo com as disposições predominantes entre os leitores, que tendem a valorizar de tempos em tempos determinados nichos. Por essa razão, optou-se por fazer um recorte de tempo, que daria à pesquisa a dimensão aproximada do perfil do mercado editorial nesse período.

Além de traçar o cenário geral das biografias escritas por autores nacionais no período de 2001 a 2011, buscou-se as tendências e as motivações em torno de algumas temáticas, assim como também se fez a análise de casos especiais. Assim, a estrutura deste trabalho propõe uma breve análise do mercado de não ficção no período assinalado. Primeiramente, é preciso expor um pouco da situação do mercado editorial brasileiro nesse início do século XXI, assim como o interesse pela publicação de livros de não ficção e de biografias. Em um segundo momento, busca-se traçar um panorama dessas publicações e das editoras que investem nesse segmento e ainda traçar o perfil do autor nacional, responsável pela obra.

O mercado editorial brasileiro no período de 2001-2011

Na última década, o mercado editorial brasileiro viu a ascensão de uma nova classe média, que contribuiu para o aumento de leitores. Além disso, houve o grande acréscimo de vendas pela internet, visto que o número de livrarias, que já não era grande, está prioritariamente localizado na região sudeste do país. “Em 90% dos municípios não há livrarias e existem indicações de que seu número está diminuindo” (EARP; KORNIS, 2005, p.48). A tendência é que esse espaço se subverta em um tipo de local que agrega outros valores e produtos e não a simples venda de livros. O panorama se mostra mais favorável ao leitor em relação à aquisição de novos livros.

Os dados sobre publicação de livros no Brasil na primeira década do século XXI caracterizam um estado e propiciam um prognóstico altamente favorável para o leitor: progressivo aumento no número de títulos e de exemplares editados e decréscimo do preço, ou seja, expansão da bibliodiversidade, aumento dos bens e da facilidade do acesso pela diminuição dos entraves econômicos. Quanto ao acesso, verifica-se também uma reorganização da cadeia de distribuição com expansão de outros canais de comércio de livros, além das livrarias. Por fim, notamos que a grande maioria de livros editados no País é de autoria de brasileiros.

(REIMÃO, 2011, p.195).

Também há o crescimento paulatino da oferta de livros digitais, com a chegada das novas plataformas desenvolvidas para facilitar cada vez mais a leitura nesse suporte. Embora o número de títulos publicados no meio digital esteja em crescimento, especialmente desde 2008-2009, essa característica ainda não abrange todas as publicações realizadas no Brasil, principalmente no período estudado, por isso o foco desse estudo é o livro impresso.

Um problema que ainda persiste é o da distribuição das obras, visto que pelas dimensões do país ainda é caro e dificultoso fazer com que os livros cheguem a regiões geograficamente distantes. Por outro lado, houve o aumento da vendagem de livros no esquema *porta a porta*, o que se configura como uma oportunidade para atingir classes com menor acesso ao mercado literário, incentivando por sua vez o hábito de leitura e a compra do livro como símbolo de ascensão social. “Segundo a Associação Brasileira de Difusão do Livro (ABDL), que reúne as firmas do porta a porta, existem 55 editoras voltadas principalmente para esse mercado, 40 atacadistas e 350 varejistas” (EARP; KORNIS, 2005, p.50).

No relatório de produção e vendas do setor editorial brasileiro, feito pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), pelo Sindicato Nacional de Editores de Livros (SNEL) e pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), relativo ao período de 2009, percebe-se um aumento modesto nos títulos editados. Entretanto, o documento mostra também a continuação de uma tendência, já verificada no ano anterior, de crescimento expressivo no número de títulos classificados como *técnicos, científicos e profissionais*. Segundo a pesquisa, esse fato poderia ser explicado pelo crescimento do ensino superior no Brasil, não só quantitativo como qualitativo, com o surgimento de vários novos cursos ensejando a edição de novos títulos. O subsetor de livros didáticos também apresenta um expressivo crescimento no volume de títulos editados, o que parece estar relacionado à especificidade desse setor, tendo em vista sua forte dependência das compras feitas pelo Governo.

Um parecer semelhante, verificado na pesquisa Retratos da Leitura no Brasil de 2008, aponta que o crescimento da indústria editorial no Brasil está estritamente vinculado ao desenvolvimento da educação. No entanto, apesar de haver uma redução dos preços nos livros, o que é um dos fatores que estimula a leitura, pode-se dizer também que os livros perderam espaço diante de outros meios de informação e lazer. No Brasil há uma maior quantidade de publicações de livros de autor nacional. Os dados da Pesquisa Produção e

vendas do setor editorial brasileiro em 2009 apontam que dos 52.509 títulos publicados no ano, apenas 5.807, cerca de 11%, eram traduzidos. O idioma com mais traduções em 2009 foi o inglês.

Para entender a extensão do mercado de não ficção no Brasil, é preciso primeiro questionar o que difere esse termo da ficção propriamente dita. Como afirma Vilém Flusser (2000), “o significado de ficção é não realidade, o significado de realidade é não ficção”. No entanto, ainda de acordo com esse autor, as fronteiras entre esses dois campos são tênues: os gêneros literários de ficção carregam aspectos da realidade, assim como a chamada literatura de não ficção pode conter elementos de fantasia e virtualidade. No senso comum e para fins de classificação das obras, adota-se o termo *não ficção* para tratar de um conjunto variado de literatura com perfil jornalístico, biográfico ou acadêmico e que, em certa medida, tenham a característica de atestar ou documentar a realidade.

No gênero de livros de não ficção, os maiores destaques são para os best-sellers internacionais, assim como acontece com os livros de ficção. “[...] os mais vendidos no Brasil, por ano, de 2000 a 2009 uma primeira evidência se impõe: é clara a predominância de autores estrangeiros; dos 100 livros listados, 76 deles são de autoria de estrangeiros” (REIMÃO, 2011, p.200). Seguindo as tendências, há sempre um tema que desperta mais atenção dos leitores em determinado contexto, como se verificou nos últimos anos com os livros de vampiros e anjos, enquanto na parte de não ficção houve um aumento considerável dos livros religiosos. No entanto, muitas vezes a presença do autor brasileiro é mais notória nas listas dos livros de não ficção mais vendidos do que nas listas de ficção.

Entre os autores nacionais de destaque, na primeira década do século XXI, está o médico Dráuzio Varella, com os livros sobre o presídio Carandiru e sobre pacientes com doenças graves em *Por um fio*. Além disso, a partir da segunda metade dessa primeira década, podemos ver um grande interesse por livros de cunho histórico, como *1808 e 1822* de Laurentino Gomes. Outras obras de destaque entre os anos de 2001 a 2011, como serão citados adiante, são biografias ou livros-reportagem com forte apelo político e social, como *Olga*, *Corações Sujos*, *Falcão – Meninos do tráfico*, assim como livros religiosos, com a presença da biografia sobre a vida do médium espírita Chico Xavier. Também tomam relevo livros sobre comportamento, em que as biografias também estão incluídas visto que as histórias de vida também são exemplos para os seus leitores.

Um panorama das publicações de biografia no Brasil

A história de vida de pessoas, perfis e textos autobiográficos sempre despertaram interesses nos mais diversos públicos. Com a ascensão do *new journalism* nos Estados Unidos na década de 1960, houve a produção de muitos textos que seguiam essa linha biográfica. Paralelo a isso, nos estudos históricos também houve o crescimento de pesquisas que traçavam perfis de personalidades de destaque.

A partir da década de 1990, percebe-se um grande crescimento de publicações biográficas e boa parte delas escritas por jornalistas, afirmado também por Sérgio Vilas Boas (2002). Houve uma espécie de profissionalização desse tipo de escrita, buscando-se cada vez mais relatos e pesquisas intensas para chegar perto de uma biografia *definitiva*, apesar de todos os estudos apontarem que não há como atingir o definitivo, visto que algumas passagens da vida de outra pessoa jamais serão sabidas por outros. De todo modo, houve um crescimento que partiu de editoras e leitores, criando espaços nas livrarias dedicados somente ao gênero. Também ocorreram, no período analisado, alguns casos polêmicos entre famílias de biografados e biógrafos, como aquele que envolveu o jornalista Ruy Castro e as filhas do jogador de futebol Garrincha, personagem central do livro *Estrela Solitária: um brasileiro chamado Garrincha*.

A ausência de dados públicos sistematizados e a dificuldade de acesso aos catálogos oficiais de publicações criam um cenário de incerteza sobre a extensão do campo biográfico no Brasil. Como pode ser apreendido do estudo de Benito Schmidt (1997), não é tarefa fácil a de circunstanciar todos os momentos e a representatividade que tiveram percentualmente os estudos biográficos no mercado editorial brasileiro. Segundo Diogo Roiz (2011), a partir dos anos de 1990, houve uma onda em ascensão dos estudos biográficos no país, cujo foco estaria voltado tanto para o público especializado quanto para o geral, além de serem escritos por especialistas na área. Em seu estudo sobre perfis, Roiz exemplifica os casos das Editoras da Fundação Getúlio Vargas, da Unicamp, da Universidade Federal de Minas Gerais e da Companhia das Letras, visto que as biografias foram escritas por especialistas na área de Ciências Humanas e Sociais.

Em *O livro no Brasil*, de Lawrence Hallewell, o autor diz que a indústria editorial brasileira entende o leitor, enquanto os editores e livreiros demonstraram a capacidade de sobreviver a tempos difíceis (2005, p.746). Segundo Hallewell, o Brasil teria a mais ativa indústria livreira da América Latina e a maior unilíngue dos países em desenvolvimento. O

autor também cita o brasilianista americano Thomas Skidmore sobre a relação do leitor brasileiro com a biografia:

O leitor brasileiro já se tornou introvertido, fugindo da confusão e da tensão política do Brasil contemporâneo e dos seus problemas sociais sem fim. [Mas ele se consola com uma única reação positiva.] Autores, sobretudo jornalistas, editaram uma série de notáveis biografias de personagens históricos proeminentes. [...] Esses livros, todos eles *best-sellers*, refletiram o desejo comum de captar por meio de alguma personalidade singular [...] como se esses autores estivessem empenhados numa empresa comum de superar o pesadelo do governo militar para encontrar as raízes de um Brasil mais autêntico (SKIDMORE, *apud* HALLEWELL, 2005, p 745).

São livros com êxito de mercado e com altas tiragens e de certa forma usam de um elemento ficcional que faz parte do seu sucesso. Para Walnice Galvão (2005), o biografismo adquiriu uma das características que tornava o romance atraente no século XIX, “ao privilegiar um herói e os anos de sua formação, e que acabou por desaparecer no século seguinte, quando as vanguardas tenderam a eliminar o enredo. [...] Enquanto isso, nos catálogos das editoras diminui o número de romances e aumenta o de biografias”. Já a relação do leitor com esse gênero de publicações é explicada por Sérgio Vilas Boas, estudioso sobre biografias no Brasil: “O interesse do leitor por biografias demonstra que o indivíduo ainda tem importância. [...] As biografias sugerem o universal embutido na particularidade de um indivíduo. O leitor se projeta em outras vidas” (VILAS BOAS, 2002, p.37).

Análise das publicações biográficas no Brasil entre 2001-2011

Dentre as observações realizadas para esse estudo, podemos perceber que independente de tendências e fluxos, as editoras de publicações religiosas mantêm certa regularidade em edições de biografias de santos e personagens que foram importantes para agregar pessoas para determinada religião. O registro histórico da trajetória dessas personalidades é notado desde os breviários narrando a vida dos santos e, portanto, não está relacionado à moda das publicações religiosas que se observa nos anos 2000. Na primeira década do século XXI, um número crescente de livros religiosos passou a ocupar a lista dos mais vendidos, como podemos perceber com a biografia do papa João Paulo II, em 2011, e do médium espírita Chico Xavier, que veio a público em 2003 e foi relançada em 2010 por

ocasião de seu centenário. A primeira edição chegou a ocupar o nono lugar da lista dos 10 mais vendidos na categoria de não ficção, de acordo com a revista *Veja*.

Coleções reunindo a trajetória de personagens históricos contribuem para enaltecer heróis oficiais, como se deu com a série *Grandes Personalidades da Nossa História*, lançada nos anos 1970 pela Editora Abril, além de popularizar o acesso ao livro como bem de consumo cultural. É o que também se verifica com a série *A vida dos grandes brasileiros*, publicada pela editora Três, com textos sobre D. Pedro I, Santos Dumont, o Barão do Rio Branco, entre outros. Assim como Diogo Roiz (2011) cita a coleção feita pela Companhia das Letras, Perfis Brasileiros, que teve publicação entre 2006 e 2011.

Também podemos destacar a publicação de obras ligadas a selos envolvidos em atividades culturais, sendo algumas provenientes de órgãos públicos como a Fundação Nacional das Artes (Funarte) e o Instituto Cultural do Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG Cultural). Inclusive pela Funarte também foi lançada uma coleção em 2001 com nomes que fizeram história no Teatro Municipal do Rio de Janeiro, como por exemplo, Assis Pacheco, Tatiana Leskova, entre outros.

Na lista dos livros mais vendidos no Brasil da revista *Veja*, foi possível acompanhar as obras de não ficção de maior sucesso no período analisado por esse estudo. No entanto, a tabela abaixo destaca apenas as biografias escritas por autores brasileiros publicadas no período analisado, ressaltando que nos anos de 2003 e 2004, os livros eram novas edições de biografias publicadas antes do período analisado. O que podemos perceber a partir da análise da lista é que pelo menos uma biografia por ano esteve na lista dos livros mais vendidos no período. Algumas de autores brasileiros, outras não.

Ano de publicação	Livro	Autor	Biografado	Editora
2001	A fantástica história de Silvio Santos	Arlindo Silva	Silvio Santos	Editora do Brasil
2002	Não há biografia escrita por autor nacional na lista			
2003	As vidas de Chico Xavier	Marcel Souto Maior	Chico Xavier	Planeta
2004	Olga	Fernando Moraes	Olga Benário Prestes	Companhia das Letras
2005	O doce veneno do escorpião	Bruna Surfistinha	Bruna Surfistinha	Panda Books
2006	Quase tudo	Danuzza Leão	Danuzza Leão	Companhia das Letras
2007	Vale Tudo	Nelson Motta	Tim Maia	Objetiva
	Roberto Carlos em Detalhes	Paulo César Araújo	Roberto Carlos (cantor)	Planeta
2008	Vale Tudo	Nelson Motta	Tim Maia	Objetiva
	O mago	Fernando Moraes	Paulo Coelho	Planeta

2009	Não há biografia escrita por autor nacional na lista			
2010	Não há biografia escrita por autor nacional na lista			
2011	50 anos a mil	Lobão e Claudio Tognolli	Lobão	Nova Fronteira

Tabela 1: Biografias entre os livros mais vendidos (de acordo com a lista dos mais vendidos da revista Veja)

Publicações biográficas de 2001 a 2011

No período abrangido, há uma grande quantidade de publicações que poderíamos classificar como perfis, visto que boa parte delas não se compromete com um aprofundamento sobre a vida do biografado. Isso é ainda mais claro quando se trata das coleções citadas logo no início desta seção. O mesmo pode ser percebido nos livros sobre personagens religiosos.

Outra tendência é a publicação de biografias em editoras de pequeno e médio porte, sobre personalidades de destaque local ou regional, incluindo também obras autobiográficas. Nesse último caso, verifica-se ainda a presença de *ghost-writers*, escritores contratados para redigir a obra a partir de relatos do biografado. Na maioria dos casos, o produto não alcança repercussão no mercado nacional; aliás, o objetivo principal dessa iniciativa é deixar registradas as memórias do personagem.

No que se refere a novas edições de obras já publicadas, muitas se aproveitaram de uma data comemorativa, geralmente aniversário de nascimento ou morte. Como exemplo estão as já citadas biografia de Adoniram Barbosa, que teve sua primeira edição no início da década e a outra em 2010, por ocasião do centenário de nascimento do compositor, assim como a biografia do médium Chico Xavier, que teve a sua primeira edição em 1994 e depois outra no início desta década, logo após sua morte e mais uma nova edição a partir do lançamento de filmes baseados na vida e na obra do líder espírita mineiro.

Houve também o caso de novas edições a partir da mudança da publicação para outra editora, diferente da edição anterior. Biografias com maior apelo comercial em potencial foram publicadas por editoras de grande porte ou por aquelas que têm relação com o público especializado em determinados temas. Assim como as publicações com tendência a despertar o interesse de grupos específicos foram publicadas por editoras que são reconhecidas por dar tratamento especial ao livro que está sendo publicado, como por exemplo, a Companhia das Letras e a Cosac Naify.

Algumas editoras que investem em biografias

Muitas editoras buscaram ter as biografias como peças constantes de seu catálogo. Algumas delas, inclusive, podem até não publicar esse gênero com muita frequência, mas tem, dentre suas obras, biografias com potencial de mercado, como as editoras Casa da Palavra, Gryphus e Quartet, devido ao biografado ou em razão do tema abordado, voltado a um público específico. Algumas editoras não serão comentadas porque o catálogo de biografias é quase totalmente composto por obras de autores estrangeiros ou porque não tem um número expressivo do tipo de biografia que compõe esse estudo e ainda aquelas que não possuem essa linha editorial.

Dentre as principais está a Companhia das Letras, que publica biografias desde a sua origem e parece levá-las como um gênero a ser explorado:

A Companhia das Letras destaca-se pela qualidade dos textos que escolhe, pelo cuidado que dedica à tradução, pelo bom gosto de suas capas e pela atenção que empresta à apresentação gráfica e artística. Talvez nada mais prove a maturidade do mercado livreiro no Brasil do que o sucesso de uma editora dedicada exclusivamente a publicar livros de qualidade (HALLEWELL, 2005, p.663).

Os grandes grupos editoriais mantêm certa tendência de ter mais ou menos equilibrado a divisão entre biografias escritas por autores nacionais e autores estrangeiros. Apesar de recente no Brasil, o grupo português LeYa também já publicou livros de não ficção importantes para essa última década, como o *Guia Politicamente Incorreto da História do Brasil*, além das biografias até mesmo em coleção como *Histórias de Canções*, assim como publicou a biografia de José Sarney, Ricardo Amaral, entre outros. A situação é muito semelhante entre o grupo LeYa e o grupo espanhol Planeta. No grupo Record, também vemos essa divisão quase igualitária e, no catálogo da editora, essas obras encontram-se dividindo a mesma página com os livros de memória.

Outra editora que possui muitas obras publicadas nesse gênero é a Ateliê Editorial, com o diferencial de que os biografados são invariavelmente personagens importantes para o mundo acadêmico. Também podemos perceber a presença desse tipo de publicação em algumas editoras universitárias, principalmente, a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e da Universidade de São Paulo (USP), inclusive esta possui em seu catálogo duas biografias sobre Clarice Lispector. Outra editora que também investiu em biografias foi a Geração Editorial, de Luiz Fernando Emediato, que começou com obras de grandes

reportagens (e ainda mantém forte tendência nessa categoria) e publicou biografias consideráveis, como a do ex-presidente Lula e a do ator Jece Valadão. A editora Garamond tem todo o seu catálogo de biografias feitas somente por autores nacionais. Aliás, todos os livros pertencem à mesma coleção.

Apesar da presença de grandes conglomerados editoriais no mercado brasileiro, há aqueles que procuraram atrair os autores nacionais, como é o caso do grupo Planeta. No entanto, pequenas e médias editoras podem atender a determinados nichos, criando um catálogo com temas afins, que podem fidelizar o leitor, como diz Marília de Araújo Barcellos (2008). Como explica o conceito da Cauda Longa (ANDERSON, 2006), os leitores estão pesquisando mais a fundo nos catálogos, ao longo de uma extensa lista do que se pode encontrar e quanto mais se afastam do tradicional, mais gostam, e com a distribuição e venda online a abundância de produtos disponíveis é ainda maior.

Modelos de negócios que seguem a Cauda Longa conseguem tratar os consumidores como indivíduos, oferecendo personalização como uma alternativa para o mercado de massa e assim surgem as editoras especializadas somente no nicho biográfico, como por exemplo, a editora Biografia, em que pode-se pagar pelo serviço de publicar determinado livro, assim como oferece o serviço de que um biógrafo possa escrever sua história.

O autor nacional na história do outro

Como relatado anteriormente, nas editoras que possuem biografias em seu catálogo, há certa divisão quase equilibrada entre títulos nacionais e títulos traduzidos, mais visível em grandes editoras, assim como as de menor porte tem uma tendência em valorizar o autor nacional, visto que a quantidade de livros escritos no Brasil é maior dentro desses catálogos. Claro que se deve levar em conta outros fatores, como linha editorial e interesse do mercado.

As biografias estrangeiras que são traduzidas no país também estão baseadas nos moldes e interesses das editoras e do mercado, mas a escolha pelos biografados está relacionada também com sua repercussão fora do país. No entanto, quando a produção é nacional, a participação do biógrafo na escolha do personagem a ser biografado é mais ativa.

Os biógrafos tendem a preferir biografar um indivíduo (bandido ou herói) que ao menos mereça o seu respeito e estimule sua capacidade individual

de investigação. Evidentemente, outros fatores entram no conflitante jogo da criação biográfica como o mercado, as preferências pessoais do autor, sua relação com o personagem central, entre outros (VILAS BOAS, 2002, p.18).

No entanto, é possível traçar um perfil genérico para esse autor de biografias? São jornalistas, historiadores e outros profissionais com formação humanista. Até meados do século XX, geralmente os responsáveis pela grafia da vida de outra pessoa eram historiadores ou literatos. No entanto, hoje, a carreira que domina esse tipo de publicação no Brasil é o jornalismo. Aliás, dois dos mais importantes biógrafos brasileiros, começaram suas carreiras em jornais: Fernando Morais e Ruy Castro. O contexto dessa expansão do jornalista sobre o ramo das biografias se deve à “perda de referenciais ideológicos e morais que marcam a sociedade contemporânea”, em que a contrapartida é “a busca, no passado, de trajetórias individuais que possam servir como inspiração para os atos e condutas vivenciados no presente” (SCHMIDT, 1997, p. 4).

Mas não é apenas na função de autor que encontramos o profissional de imprensa. No mercado editorial brasileiro, atualmente encontramos o jornalista na função de editor e em várias etapas do processo de produção dos livros. Assim como no modelo de editora que foi citado anteriormente, em que se paga para ver a sua história de vida escrita e publicada, em muitos casos o executor e o editor também são jornalistas, que já desempenharam a função como *ghost writer* de autobiografias. Não serão todos os biógrafos que encontrarão o sucesso editorial, assim como nem todos os livros o conseguem, mas talvez pelo fato de estarem mais próximos do mercado é que consigam a sua chance de adentrarem o universo dos livros, da mesma forma que entram na vida de outras pessoas para descobrir fragmentos de uma história para depois juntá-los em uma única forma.

Conclusão

Os dados coletados, juntamente com as pesquisas realizadas nos catálogos das editoras, demonstram que o mercado de biografias continua forte no país. Na primeira década do século XXI, o interesse por biografia e autobiografias (assim como os livros de memória) continuou grande, tanto por parte dos leitores, visto que, em quase todos os anos, pelo menos uma biografia apareceu nas listas dos mais vendidos, assim como o mercado editorial brasileiro ainda continua investindo nesse tipo de publicação, pois em algumas editoras o número dessas obras no catálogo é crescente.

Pode-se apontar a relação entre o mercado de biografias e outras indústrias culturais, pois se observou, durante o período analisado, a ocorrência de lançamentos de biografias em momentos de convergência com alguma data comemorativa ou relacionado a algum produto vindo de outro segmento mercadológico. Como exemplos, estão as biografias de Chico Xavier, que teve a sua segunda edição lançada no ano seguinte à sua morte, e a de Carmen Miranda, publicada em 2005, quando a artista completava 50 anos de morte. Outro exemplo foi o caso do livro *Olga*, que teve uma nova edição lançada em 2004, após a exibição do filme, sendo que a nova capa era a reprodução do cartaz do filme, com o rosto da atriz Camila Morgado, que atuava no papel-título.

Outra observação é que as grandes editoras tendem a buscar histórias sobre personalidades de grande destaque público, sejam eles artistas, políticos ou desportistas, e tentam aliar o lançamento da publicação a outra oportunidade de divulgação como foi citado no parágrafo anterior. Já nas pequenas e médias editoras, nota-se um cenário voltado à pesquisa historiográfica ou jornalística, com personalidades que de alguma forma tenham relação com o catálogo e com a linha editorial da casa, ligando-se ao nicho consumidor e à preservação de memória do biografado.

De todo o modo, percebe-se que há uma grande inserção de biografias escritas no Brasil e não apenas de traduções lotando as prateleiras, mesmo que comercialmente essas tenham, às vezes, um pouco mais de destaque nos pontos de venda do que as nacionais. No entanto, esse pode ser um fator variável, visto que para tornar-se um sucesso editorial não há uma fórmula concreta, assim como algo que foi muito bem recebido fora do Brasil pode não ter a mesma recepção aqui.

No período analisado e posteriormente, algumas implicações éticas e políticas foram verificadas no contexto do mercado editorial de biografias. Nos últimos anos aconteceram muitas proibições, baseadas no artigo 20 do Código Civil, em que os biografados ou seus herdeiros têm o poder de vetar as biografias não autorizadas. Um dos casos mais notórios envolveu o cantor Roberto Carlos, quando a publicação sobre sua vida foi lançada em dezembro de 2006 e proibida um mês depois. A demanda jurídica terminou em um acordo em que a editora retirou o livro de circulação em troca da extinção do processo.

Enquanto isso, após três anos em tramitação, o projeto de lei 395/2011, apresentado pela deputada Manuela D'Ávila (PC do B – RS), que permitiria a divulgação de informações biográficas e de imagens de figuras públicas, conseguiu ser aprovado pela Câmara dos Deputados, porém, ainda não foi votado no Senado. Durante esse período

houve muitas polêmicas sobre o assunto, incluindo o surgimento de um manifesto chamado Procure Saber, encabeçado por Roberto Carlos, Caetano Veloso, Chico Buarque e outros nomes que são contra a liberação de biografias não autorizadas.

O mercado de biografias no Brasil pode encontrar um estágio de amadurecimento com a aprovação de uma lei que garanta a liberdade de pesquisa biográfica, pois como citou o biógrafo e historiador francês, François Dosse, “não há biografia sem liberdade para pesquisar” (2013). Entretanto, permanece como desafio para a produção de biografias no Brasil a discussão ética sobre os limites entre a privacidade e a relevância das personalidades históricas. Garantida a liberdade de pesquisa, criação e publicação, esse é um debate que precisa entrar em discussão nas etapas de pesquisa e produção das biografias, a fim de garantir tanto o respeito à pessoa do biografado quanto o direito à informação.

Referências bibliográficas

AMORIM, Galeno (org). **Retratos da leitura no Brasil**. São Paulo: Imprensa Oficial: Instituto Pró-livro, 2008.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2006.

BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula G. **Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional**. Disponível em: < <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/download/737/744> >. Acesso em 16 jul. 2014.

BARCELLOS, Marília de Araújo. As pequenas e médias editoras diante do processo de concentração: oportunidades e nichos. In: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia (orgs). **Impresso no Brasil**: dois séculos de livros brasileiros. São Paulo: Editora Unesp, 2010, pp. 317-329.

EARP, Fábio Sá; KORNIS, George. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2005.

FLUSSER, Vilém. Da ficção. In: **Matraga**. Rio de Janeiro, v.13, 2000.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Livro estuda as inovações de compositor nos anos 30**. São Paulo, 09 de junho de 2012.

GALVÃO, Walnice Nogueira. A voga do biografismo nativo. In: **Estudos avançados**. São Paulo, v.19, n.55, set./dez. 2005.

GLOBO ONLINE, O. **Editoras investem mais em autobiografias e livro de memórias escrito por terceiros**. Rio de Janeiro, 08 de maio de 2012. Disponível em:

<http://oglobo.globo.com/cultura/editoras-investem-mais-em-autobiografias-livro-de-memorias-escrito-por-terceiros-4833394> Acesso em 14 de maio de 2012.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil: sua história**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

NORA, Pierre. **Between Memory and History: Les lieux de mémoire**. Disponível em: <http://www.timeandspace.lviv.ua/files/session/Nora_105.pdf>. Acesso em 20 jul. 2014.

PASSARINHO, Nathalia; MATOSO, Filipe. Câmara aprova projeto que libera venda de biografias não autorizadas. **G1**. 06 de maio de 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/05/camara-aprova-projeto-que-libera-venda-de-biografias-nao-autorizadas.html> Acesso em 13 de julho de 2014.

PEREIRA, Inês. A vida dos outros: Biografias são lombadas concorridas nas livrarias. E, tudo indica, devem continuar em alta. **Portal Negócios da Comunicação**, 2011. Disponível em: <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/graficas-livros/47/artigo236379-2.asp>>. Acesso em 31 de mar. de 2012.

PUBLISNEWS. **Lista de mais vendidos de 2010**: A partir de 17/09/2010. São Paulo, 2010.

Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-anual.aspx?data=2010&tipo=anual> Acesso em 26 de maio de 2012.

_____. **Lista de mais vendidos de 2011**. São Paulo, 2011. Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-anual.aspx> Acesso em 26 de maio de 2012.

REIMÃO, Sandra. Tendências do mercado de livros no Brasil: um panorama e os best-sellers de ficção nacional (2000-2009). In: **Matrizes**. São Paulo, ano 3, n. 1, jul./dez. 2011. Disponível em: <<http://allium.uspnet.usp.br/matrizes/index.php/matrizes/article/view/207/pdf>>. Acesso em 31 de março de 2012.

ROIZ, Diogo da Silva. A biografia no mercado editorial brasileiro: entre o exemplo anedótico e a análise histórica. In: VII SEMANA DE HISTÓRIA E SEMINÁRIO DE ESTUDO ÉTNICO-RACIAIS, 2, 2011, Irati. **Anais eletrônicos...** Irati: Unicentro, 2011. Disponível em: <http://www.oseias.org/eventos/ocs-2.1.2/index.php?conference=3&schedConf=3&page=paper&op=view&path%5B%5D=234> Acesso em 31 de março de 2012.

SÁLES, Felipe. O céu e o inferno das biografias não-autorizadas: Mesa no fHist mostra o trabalho dos biógrafos e as dificuldades da Justiça em lidar com a questão. **Revista de História**, 21 de setembro de 2011. Disponível em: <<http://www.revistadehistoria.com.br/secao/reportagem/o-ceu-e-o-inferno-das-biografias-nao-autorizadas>>. Acesso em 13 de abril de 2012.

SCHMIDT, Benito Bisso. Construindo biografias... Historiadores e jornalistas: aproximações e afastamentos. In: **Estudos históricos**. Rio de Janeiro, v. 10, n.19, 1997.

SNEL; CBL. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro: Produto 2 – Relatório sobre 2009.** São Paulo, Sindicato Nacional dos Editores de Livros; Câmara Brasileira do Livro, 2010. Disponível em:

http://www.snel.org.br/files/pesquisaMercado/relatorioAnual/relatorio_anual_2009.pdf
Acesso em 26 de maio de 2012.

TORRES, Bolivar. François Dosse: ‘Não há biografia sem liberdade de pesquisa’. **O Globo online.** 19 de outubro de 2013. Disponível em:

<http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/posts/2013/10/19/francois-dosse-nao-ha-biografia-sem-liberdade-de-pesquisa-512485.asp> Acesso em 14 de julho de 2014.

VEJA. **Lista de mais vendidos de 2001.** São Paulo, 26 de dezembro de 2001. Disponível em:

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> Acesso em 26 de maio de 2012.

_____. **Lista de mais vendidos de 2002.** São Paulo, 25 de dezembro de 2002. Disponível em:

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> Acesso em 26 de maio de 2012.

_____. **Lista de mais vendidos de 2003.** São Paulo, 14 de janeiro de 2004. Disponível em:

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> Acesso em 26 de maio de 2012.

_____. **Lista de mais vendidos de 2004.** São Paulo, 12 de janeiro de 2005. Disponível em:

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> Acesso em 26 de maio de 2012.

_____. **Lista de mais vendidos de 2005.** São Paulo, 11 de janeiro de 2006. Disponível em:

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> Acesso em 26 de maio de 2012.

_____. **Lista de mais vendidos de 2006.** São Paulo, 10 de janeiro de 2007. Disponível em:

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> Acesso em 26 de maio de 2012.

_____. **Lista de mais vendidos de 2007.** São Paulo, 09 de janeiro de 2008. Disponível em:

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> Acesso em 26 de maio de 2012.

_____. **Lista de mais vendidos de 2008.** São Paulo, 07 de janeiro de 2009. Disponível em:

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> Acesso em 26 de maio de 2012.

_____. **Lista de mais vendidos de 2009.** São Paulo, 06 de janeiro de 2010. Disponível em:

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> Acesso em 26 de maio de 2012.

_____. **Lista de mais vendidos de 2010.** São Paulo, 05 de janeiro de 2011. Disponível em:

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> Acesso em 26 de maio de 2012.

_____. **Lista de mais vendidos de 2011.** São Paulo, 04 de janeiro de 2012. Disponível em:

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> Acesso em 26 de maio de 2012.

VILAS BOAS, Sergio. **Biografias & biógrafos: jornalismo sobre personagens.** São Paulo: Summus, 2002.