

O livro faz parte da minha vida

Já foi dito que nascer numa família de leitores é um acidente biográfico bastante raro no Brasil. Eu tive a sorte de sofrer esse acidente. Desde pequena o hábito da leitura se fez presente através do belo exemplo de minha mãe, leitora voraz de todos os gêneros, sem distinção. Foi dela quem adquiri meu único vício: ler, ler, ler. Ler cada vez mais. A ponto de evitar passar defronte de livrarias para não sucumbir à tentação de comprar “mais um livrinho”. E minha mãe foi, e ainda é, fornecedora desses encontros de prazer e de conhecimento que, segundo ela, não ocupam espaço, e que são, sem dúvida, um de seus maiores legados.

Antes mesmo que eu aprendesse a ler, as histórias em quadrinhos já dividiam espaço com outros brinquedos. E ainda é possível encontrar exemplares, alguns com quase trinta anos, no fundo do meu armário. Depois, mais grandinha, me perdia entre as estantes de livros da Ediouro, parada obrigatória a cada vez que, indo ao centro da cidade com a minha mãe, saía com pelo menos três livrinhos que seriam devorados ainda no mesmo dia. E os quais minha mãe dizia para eu ler de trás pra frente, pois não havia dinheiro que sustentasse tamanha voracidade. Em seguida, a fase pela qual todos os leitores da minha geração passaram – as histórias policiais de Agatha Christie. Na mesma época, na escola, eu lia os clássicos de nossa literatura. O que para muitos era obrigação, mas que, para mim, representaram o prazer da descoberta de Machado de Assis e de Aluísio de Azevedo. Até hoje me lembro da sensação que tive ao fechar as páginas de *O cortiço*.

Confesso que ainda não li todos “os grandes clássicos da literatura ocidental”. Mas alguns deles repousam na minha abarrotada estante, à espera do ‘momento certo’.

“Nunca esgaravetei a terra nem farejei ninhos, não herborizei nem joguei pedras nos passarinhos. Mas os livros foram meus passarinhos e meus ninhos, meus animais domésticos, meu estábulo e meu campo.”

(Jean-Paul Sartre, *As palavras*)

Introdução

Passados 195 anos desde que a Família Real aportou no Brasil trazendo na bagagem além de sua preciosa biblioteca um prelo de madeira, o desenvolvimento de uma cultura livresca que atinja todos os segmentos da sociedade brasileira ainda é um desafio. Um desafio que envolve governo, educadores e empresários da indústria editorial. E um desafio também para aquele que faz toda essa engrenagem se movimentar: o leitor. Porque ler – e, no caso específico desta dissertação, ler livros –, demanda tempo, dinheiro e, principalmente, iniciativa. O simples ato de dedicar-se à leitura é, em si só, uma etapa a ser vencida, em um contexto cultural onde atividades mais sedutoras ao olhar se impõem brutalmente sobre nós.

Segundo resultados da pesquisa *Retrato da Leitura no Brasil*¹, em um universo de 86 milhões de pessoas alfabetizadas com idade igual ou superior a 14 anos (de uma população total de 170 milhões), apenas 12 milhões de brasileiros (7% do total) são leitores efetivos, ou seja, estavam lendo um livro à época em que foram entrevistados. O índice melhora significativamente quando a pergunta é se “costuma ler livros”: 53 milhões (62%) de pessoas declararam ser leitoras contumazes. Porém, indagadas se haviam efetivamente lido algum livro nos últimos três meses, menos da metade – 30% – dedicou seu tempo à leitura. Mesmo assim, o livro teve que disputar espaço com outras mídias impressas, ficando em terceiro lugar na preferência dos brasileiros, com um índice de 62%: 75% preferiram as revistas; e 68%, o jornal.

Na última década, o mercado editorial brasileiro passou por uma transformação radical no modo de *vender* os livros. Ele aumentou a verba de publicidade, entregou a divulgação a profissionais especializados e descobriu o marketing agressivo. Resultado: em 1998, considerado o melhor ano pelo setor, a barreira dos R\$ 2 milhões em faturamento foi ultrapassada, com mais de 400 milhões de exemplares vendidos. Esse volume de vendas ainda não voltou a se repetir, mas o vigor da atividade literário-editorial se mantém.

¹ Pesquisa encomendada pela Câmara Brasileira de Livro (CBL), Associação Brasileira de Papel e Celulose (BRACELPA), Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e Associação Brasileira dos Editores de Livros (ABRELIVROS) à A. Franceschini Análises de Mercado, São Paulo. Realizada entre 10 de dezembro de 2000 e 25 de janeiro de 2001.

Mesmo assim, a indústria livreira nacional é alvo constante de pareceres desfavoráveis vindos de um segmento da crítica literária acha difícil entender *como* um editor pode publicar “tanta bobagem” e dormir um sono tranqüilo.

Uma resposta possível é que o ‘valor de mercado’ e o ‘valor literário’ são categorias diferentes. E respeitar essa diferença é primordial para que possamos desenvolver nosso senso crítico. O *fast-book* é um produto do nosso tempo. Assim como seu similar alimentício, devorar de vez em quando uma produção ‘pronta para ser consumida’ não faz mal à saúde.

Se o *best-seller* é resultado do processo de industrialização e efeito da ação capitalista sobre a cultura, é preciso levar em conta também que esse tipo de narrativa tende a constituir-se em “campeão de vendas” porque se configura uma poderosa estimuladora de leitura, isto é, tem o poder de mobilizar o olhar e estimular a imaginação do leitor-consumidor. O fascínio duradouro dessa literatura indica que não se pode analisá-la com uma visão simplista e redutora, limitando-a ao campo de efeito de estratégias mercadológicas ou como subproduto da literatura culta. Além do mais, muitos editores concordam que é necessário produzir *best-sellers* para poder publicar também *boa* literatura. “Porque a *boa* literatura não paga as contas da empresa editorial.”

E incentivar as pessoas a ler não pode ser considerada uma missão valiosa da literatura *de entretenimento*? Não podemos ignorar o fato de que, nas últimas décadas, as listas de mais vendidos arrolam títulos e mais títulos desse gênero, mas raramente se vê um *clássico* entre eles. O número de títulos vendidos também cresce a cada ano, e as bienais e salões de livros não param de bater recordes de visitação. Investir e incentivar a literatura *de entretenimento* como uma primeira etapa que prepare o leitor médio para textos mais significativos é uma alternativa interessante e mais produtiva do que fazer da leitura um dever, uma obrigação que só acaba por afastá-lo e privá-lo do prazer de fruir suas próprias descobertas literárias. Então, por que ainda se julga a literatura *de massa* sob os mesmos parâmetros da literatura *de qualidade*? Já não é hora de substituir a eterna pergunta “O que é literatura?”, de cunho formalista, por outra de perspectiva pragmática como “O que é considerado literário, quando, em que circunstâncias, por quem e por quê?”,

como sugere Heidrun Krieger Olinto², diante das novas relações entre os elementos que gravitam na esfera autor-obra-leitor, hoje, nos processos de leitura – como “os modelos de realidade, linguagem, sujeito, sentido, valor”?

Tendo como ponto de partida os resultados da pesquisa *Retrato da Leitura no Brasil*, realizada pela Câmara Brasileira do Livro e o Sindicato Nacional dos Editores Livreiros em 2001, esta dissertação desenvolve-se em três capítulos.

No primeiro, intitulado *Massa de qualidade*, defendo a idéia – a partir do conceito de “teoria do degrau” sugerido por José Paulo Paes em *A aventura literária*³ e aprofundado por Sandra Reimão em *Mercado editorial brasileiro*⁴ –, de que a literatura dita ‘de entretenimento’, especificamente aquela presente nas ‘listas de mais vendidos’, pode, e deve, servir de incentivo ao à leitura e a uma aproximação entre os leitores e a literatura ‘de proposta’, na acepção de Umberto Eco⁵.

Aproveito para discutir o binômio ‘valor de mercado’ *versus* ‘valor literário’ – divisão ainda sustentada por um segmento da crítica literária – partindo do princípio de que este é datado e redutor diante do novo cenário dos estudos literários. Não tenho como prioridade, entretanto, analisar as qualidades estéticas das obras, mas questionar a manutenção de (pré)conceitos que somente emperram o progresso da discussão teórica em direção à democratização de pontos de vista.

Em seguida, no capítulo *Trivial variado*, traço um perfil da indústria editorial nos últimos três anos a partir das listas de “Os mais vendidos” do caderno “Prosa & Verso” do jornal *O Globo* (do período de janeiro de 2000 a dezembro de 2002), e de dados quantitativos de relatórios e pesquisas produzidos pelo BNDES, e por parcerias entre o SNEL e a CBL: *Cadeia de comercialização de livros* (1999); *Panorama do Setor Editorial Brasileiro* (2000), *Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro* (2000.1, 2001.1 e 2002.1) e *Retrato da Leitura no Brasil* (2001). Outros dois elos dessa “cadeia de comercialização” – livrarias e compras governamentais – são também discutidos. Aproveito para tratar do papel que a mídia – o suplemento literário e a televisão – tem no jogo de seduzir seus respec-

² OLINTO, *Leitura e leitores*, p. 17.

³ PAES, *A aventura literária*, p. 28.

⁴ REIMÃO, *Mercado editorial brasileiro: 1960-1990*, pp. 29.

⁵ ECO, *Sobre os espelhos e outros ensaios*, p. 104.

tivos leitores. A questão principal desse capítulo é: de onde vêm e para onde vão as preferências do público leitor?

É no capítulo final, *Você tem fome de quê?*, dedicado aos leitores e ao ato de ler, que busco demonstrar que a propalada ‘crise da leitura’ não tem origem em uma suposta baixa qualidade de produção livresca, mas é reflexo de uma histórica carência educacional que assola a sociedade brasileira como um todo.

Retomando a “teoria do degrau”, apresento as bem-sucedidas experiências de Daniel Pennac e Luzia De Maria que, através da ‘literatura de entretenimento’, conseguiram aproximar seus alunos da literatura ‘canônica’, fazendo-os desenvolver, além disso, seu senso crítico literário e social. Também discorro, ainda que rapidamente, sobre o papel das políticas de leitura de que carece o país e os intentos intermitentes que, mesmo bem sucedidos, são abortados por descontinuidade e vaidades oficiais.