

## Introdução

Atualmente discute-se e escreve-se muito, tanto no mundo acadêmico, como na sociedade ocidental de um modo geral, sobre o fenômeno da dimensão global da comunicação. Este tema tem transcendido a sua própria área de estudos, a Comunicação Social, e hoje adquire características transdisciplinares, na medida em que tem servido para ampliar e auxiliar em questões relativas a outros campos, como os da História, Sociologia, Antropologia, Economia ou Administração. É motivo de debate corrente tanto na mídia como em seminários científicos no mundo ocidental, por ter afetado, de maneira substancial, a dinâmica da vida social moderna. Mas, para que os diferentes povos chegassem a discutir uma comunicação mundializada, as formas de comunicar tiveram que se transformar até que adquirissem a importância social que possuem à entrada do século XXI.

Não podemos pensar em estudar a sociedade complexa dos tempos atuais sem levar em conta a atuação dos meios de comunicação e a importância que o próprio indivíduo lhe confere. Desde a revolução tecnológica do último quartel do século XX, com a invenção dos microprocessadores, dos computadores pessoais, enfim da tecnologia digital, principalmente no Ocidente, o papel da mídia tem sido cada vez mais debatido. A televisão desponta como um dos bens de consumo mais presentes nos lares brasileiros, ultrapassando até o número das geladeiras.

Na atualidade, os meios eletrônicos e digitais, como a televisão e a internet, garantem uma quase imediatividade na transmissão de informações pelo mundo. No entanto, mesmo com este avanço tecnológico estrondoso, ainda não se tem notícias da “tão anunciada morte” do livro impresso – que foi, de fato, o primeiro produto da comunicação consumido de forma massiva pela sociedade moderna.

Muito antes da invenção dos televisores ou dos computadores, o próprio livro já havia sido considerado como uma tentativa de se alcançar a sonhada universalidade na comunicação. Um dos principais teóricos da história do livro na atualidade, o francês Roger Chartier (2003), relata que, da mesma forma que se

considera a internet revolucionária, por permitir um fluxo instantâneo de informações entre dois pontos remotos no mapa mundi, o homem do século XVIII via na possibilidade de circulação “universal” do livro impresso a condição para o progresso das Luzes:

O sonho de Kant era que cada um fosse ao mesmo tempo leitor e autor, que emitisse juízos sobre as instituições de seu tempo, quaisquer que elas fossem e que ao mesmo tempo pudesse refletir sobre o juízo emitido pelos outros (Chartier, 1998, p.134).

Muitos teóricos que estudam os meios de comunicação apostavam – alguns ainda apostam – na falência do modelo de livro impresso como meio de difusão cultural e na sua substituição por tecnologias que seriam mais englobantes, como a da informática, por meio da internet, que se nos apresenta hoje como um veículo capaz de mesclar a cultura escrita com a audiovisual. Essas previsões pessimistas em relação ao futuro do livro em sua forma tradicional parecem haver falhado, ou pelo menos não tem se sustentado nos últimos tempos. McLuhan é ainda um dos principais avatares dessa teoria. Em *Os meios de comunicação como extensões do homem*, o teórico canadense afirmaria:

Os padrões americanos fincados na escrita como tecnologia uniforme aplicável a todos os níveis – educação, governo, indústria e vida social – estão agora ameaçados pela tecnologia elétrica. A ameaça de Stalin ou Hitler era externa. A tecnologia elétrica está dentro dos muros e nós somos insensíveis, surdos, cegos e mudos, ante a sua confrontação com a tecnologia de Gutenberg, na e através da qual se formou o modo americano de vida (McLuhan, 1979, p.33).

No caso do Brasil, ao contrário do que se poderia imaginar, a indústria do livro tem se desenvolvido e se destacado, com novos investimentos, que têm sido realizados para que a sociedade tenha mais contato com o objeto livro, seja por meio de Bienais (estas glamourosas feiras de livros, hoje presentes em quase todas as principais capitais do país), seja pela expansão da rede de bibliotecas públicas, entre outras ações. Além disso, campanhas publicitárias são planejadas com o intuito de estimular a doação de livros para bibliotecas de escolas públicas e para comunidades carentes.

O livro tem se tornado cada vez mais objeto de políticas públicas. O governo federal tem se esforçado, a seu modo, para fazer do livro um produto

cultural mais consumido e estratégico para a difusão cultural. Recentemente, por exemplo, reduziu a carga de impostos para as editoras de livros, fazendo com que a produção se torne menos onerosa.

O mercado editorial vem sendo aquecido por ações que visam à valorização do livro e que partem não apenas dos órgãos públicos, mas da sociedade como um todo. Os próprios meios de comunicação, como os jornais de grande tiragem, continuam acreditando no apelo exercido pela publicação de livros. Recentemente, o Globo e a Folha de S. Paulo lançaram a coleção Biblioteca, de livros clássicos que foram vendidos encartados às suas edições de domingo. Textos reconhecidamente de alto valor cultural, escritos por autores dos mais variados segmentos (da filosofia à ficção). Como são tidos como livros indispensáveis, passaram a ser oferecidos aos leitores desses jornais, que é o público que poderia interessar-se em adquirir uma coleção como essa.

Nesse tipo de oferta, o jornal está associando a sua marca a um produto de inegável valor para a sociedade: o livro. Ao contrário dos jornais direcionados às classes média e baixa que estimulam as vendas nas bancas por meio do sorteio de brindes (como TVs, jogos de panelas etc.), o Globo e a Folha se diferenciam e oferecem livros consagrados numa coleção que visa demonstrar o apreço do próprio veículo ao livro como um produto cultural. O leitor, por sua vez, terá uma boa oportunidade de recheiar a estante de sua sala de estar com um belo adorno que é a coleção. Como sabemos, muitos livros são comprados como forma de a família demonstrar e explicitar uma preocupação com a educação, já que é um dos lugares-comuns em relação ao consumo de livros dizer ou achar que por meio deles o indivíduo se torna mais culto, entre outros adjetivos similares. Logo, nada melhor do que expor livros em grandes estantes, ou até em bibliotecas particulares, a fim de demonstrar a preocupação dessa família com o saber, com a obtenção de cultura. Assim, é comum notar nas residências a exposição de enciclopédias ou outras grandes coleções.

Então estes encartes (leia-se os livros da coleção) são guardados; os jornais não. Os jornais diários, no dia seguinte à sua publicação, normalmente são jogados fora; os livros dificilmente são abandonados. Acumulamos livros durante anos em nossas estantes, sem termos a coragem de dá-los, ou de jogá-los na

lixeira, como fazemos com outros produtos culturais, como jornais, CD's, DVD's, fitas de vídeo, revistas etc.

A respeito dessa costumeira relação que fazemos entre a compra de livros e uma ascensão cultural, um crescimento pessoal do indivíduo, em 1851, no tratado *Sobre livros e leitura*, o filósofo Arthur Schopenhauer sentenciava: “Seria bom comprar livros se pudéssemos comprar também o tempo para lê-los, mas, em geral, se confunde a compra de livros com a apropriação de seu conteúdo” (Schopenhauer, 1993, p.41).

Anualmente, no dia 29 de outubro, comemora-se, em nosso país, o Dia Nacional do Livro. Como em todos os anos, diferentes mídias destacam a passagem da data. Em 2004, além da cobertura habitual da imprensa, os jornais O Globo e Extra promoveram uma campanha para a doação de livros que estivessem “esquecidos nas estantes”.

Uma propaganda da campanha, impressa na página do caderno “Mundo”, do Globo trazia a seguinte assertiva: “(...) Você também pode participar, contribuindo com livros novos ou aqueles que já estão esquecidos no fundo do armário”. A imagem da campanha era a de um livro em chamas, e estava acompanhada da seguinte legenda: “Isto (o livro em chamas) é tão triste quanto um livro abandonado numa estante”.

A publicidade recorre a uma imagem que, para o indivíduo moderno, é considerada chocante – a de um livro em chamas –, com o intuito de sensibilizar o público a doar livros em desuso. Trata-se de uma propaganda forte para o imaginário ocidental, pelo fato de o livro sempre ter sido considerado como um bem fundamental à aquisição cultural. Como então chocar o leitor? Basta fazê-lo lembrar de episódios da história do Ocidente, como a Inquisição ou o Nazismo de Hitler, que censuravam a liberdade de expressão e de imprensa por meio da promoção da queima de livros em larga escala.

Sensibilizar o público com uma imagem tão forte passa a ser necessário quando uma maioria já possui esta propensão a não se desfazer de sua biblioteca particular, não importando se os textos foram lidos ou quanto tempo estão abandonados às estantes. Quanto a esta segunda utilidade dos livros – livros que não eram lidos, mas apenas possuídos –, Chartier (1996) oferece como exemplo o caso dos “livros azuis” franceses. Eram edições de ensaios consagrados,

preparadas, a um baixo custo, para o grande público, mas que não eram “necessariamente compradas para serem lidas” (p.104).

O texto da propaganda, portanto, tinha o objetivo de induzir o leitor a doar seus livros, informando-o de que o importante é que ele “faça parte desta história, que está ajudando a levar cultura e cidadania a milhares de pessoas”. O redator desta campanha baseou-se, para a produção de seu texto publicitário, em duas das principais características que o livro adquire como produto cultural: é um bem durável (não descartável) e oferece cultura a quem o lê.

Em um trecho de sua palestra proferida na Universidade de Belgrano (Argentina), em 1978, sob o título de “O livro”, Jorge Luis Borges demonstra um pouco essa relação que os indivíduos estabelecem com os livros, estes passando, muitas vezes, a transcender a sua utilidade como veículo, ao se transformarem em bens preciosos:

Continuo imaginando não ser cego; continuo comprando livros; continuo enchendo minha casa de livros. Há poucos dias fui presenteado com uma edição de 1966 da Enciclopédia Brokhaus. Senti sua presença em minha casa – eu a senti como uma espécie de felicidade. Ali estavam os vinte e tantos volumes com uma letra gótica que não posso ler, com mapas e gravuras que não posso ver. E, no entanto, o livro estava ali. Eu sentia como que uma gravitação amistosa partindo do livro. Penso que o livro é uma das possibilidades de felicidade de que dispomos, nós, os homens (Borges, 1985, p.10).

Ao longo de sua trajetória como produto cultural, o livro tornou-se o símbolo de aquisição de conhecimento, de detenção do saber. Além disso, quem lê livros é considerado culto, intelectual, e recebe reconhecimento da sociedade na forma de *status* social, contrapondo-se aos consumidores de outras mídias, como a televisão que, para autores como o crítico literário norte-americano Harold Bloom, em *Gênio*, seria promotora do achatamento do intelecto.

Nestor García Canclini, importante teórico latino-americano que discute as transformações sociais ocorridas nos grandes centros urbanos globalizados, tem apresentado estudos sobre as narrativas contemporâneas que estariam associadas ao fenômeno cultural. Segundo o autor, a primeira narrativa que nos vêm à mente quando falamos em cultura hoje é aquela que está identificada com a valorização de uma cultura que seria resultado da educação, ilustração, refinamento ou

obtenção de vasta informação pelo indivíduo. Nessa perspectiva, o homem culto seria aquele que, entre outras iniciativas, teria contato com o livro.

Em um país como o Brasil – onde uma parcela expressiva da população não conclui o ensino médio e ganha por mês o mínimo necessário para a subsistência<sup>1</sup> –, o livro pode, sim, possuir um *status* semelhante ou até superior ao que lhe é atribuído nos países mais desenvolvidos, donos de estatísticas bem mais animadoras no que se refere à educação de seus cidadãos. Portanto, se o baixo índice de escolarização do país se consolida em estatísticas desfavoráveis de leitura<sup>2</sup>, é até em razão desse fato inegável que o livro se nos apresenta como um produto cultural de *status* diferenciado.

São diversos os fenômenos que concorrem para deixar em evidência a importância que o livro tem como um produto diferenciado na sociedade brasileira: autores de livros são freqüentemente entrevistados em badalados *talk-shows* da televisão, os jornais de grande circulação continuam a imprimir semanalmente suplementos literários – apesar de não serem cadernos atraentes do ponto de vista comercial –, a internet – diferentemente do que poderíamos imaginar depois da promessa de explosão do *e-book* – aparece como um ponto-de-venda bem-sucedido para os livros impressos, e o cinema adapta grandes obras literárias, assim como lança em livro seus roteiros e as biografias de seus produtores. O lançamento de obras literárias e o trabalho intelectual dos famosos autores são, portanto, assuntos que interessam e atravessam as diferentes mídias.

Mesmo com as rápidas e importantes transformações no campo das comunicações que são uma das características deste começo de milênio, como o avanço no consumo das mídias eletrônicas, *o livro continua a ser prestigiado por jornais, pela televisão e pela própria internet*. Um evento como a Bienal Internacional do Livro congrega anualmente – alternadamente entre Rio de

---

<sup>1</sup> De acordo com o III Indicador Nacional de Analfabetismo Funcional (Inaf, 2003), apenas 25% dos brasileiros entre 15 e 64 anos têm habilidades plenas de leitura. Ou seja, são capazes de ler textos mais longos, localizar neles mais de uma informação, comparar a informação contida em diferentes textos e estabelecer relações diversas entre eles. Descontados os 8% de analfabetos absolutos, na mesma faixa etária, o restante é formado pelos chamados analfabetos funcionais. Deste total, 30% são capazes de localizar informações simples em enunciados com uma só frase, enquanto 37% têm desempenho um pouco melhor: lêem e entendem textos curtos, como cartas.

<sup>2</sup> A pesquisa “Retrato da Leitura no Brasil”, realizada nos primeiros dias de 2001, trazia os seguintes dados: apenas 20% da população brasileira alfabetizada compravam algum livro. Mesmo assim, 14% se consideravam leitores correntes. Destes 55% possuíam nível superior de escolarização, e 53% viviam na Região Sudeste, sendo mais da metade destes habitantes das metrópoles.

Janeiro e São Paulo – mais de 600 mil pessoas, que não são leitores assíduos, mas não deixam de visitar a feira para render homenagens a este objeto, que há mais de 500 anos existe com a mesma forma e utilidade.

Foi a partir dessa constatação que começamos a delimitar este estudo. O nosso objetivo passa a ser, portanto, estudar as peculiaridades desse objeto, o livro tipográfico, em relação aos demais meios de difusão da cultura no intuito de compreender como foi construída esta aura em torno dele. Iremos discutir nestas páginas o Livro (com maiúscula) como um objeto que surge no seio da cultura ocidental, como um meio de comunicação, faculdade que só lhe pode ser ofertada a partir de Gutenberg, com a capacidade da imprensa de reproduzir obras velozmente e em grandes tiragens, e como mais um entre os produtos do mercado de bens culturais, para entender a sua permanência e a sua aura.

Para tanto, quando estivermos falando genericamente em livro, leia-se Livro. Não estaremos tratando de algum segmento do mercado editorial ou tipo específico de livro; estaremos debatendo as perspectivas e estratégias globais referentes a esse veículo – o livro tipográfico gutenberguiano – sem a preocupação de ater-nos a este ou aquele tipo de editor, autor, estilo ou gênero.

Usaremos, portanto, esta noção vulgar ou familiar de livro, a partir da qual o definimos como um corpo de papel impresso, que não se apresenta em estado de papéis avulsos, ou seja, um conjunto de cadernos que sofreu os efeitos de uma compilação. Uma ordenação de páginas que, impostas umas sobre as outras e protegidas por uma capa e contracapa revestidas com papéis de gramatura maior, costuradas e/ou coladas por meio da lombada, adquirem o padrão ao qual Gutenberg o submeteu. Esta noção familiar de livro consiste não apenas na apresentação desse objeto como o triunfo da técnica tipográfica, mas também em atribuir a ele uma função, que desde sempre teria sido desempenhada por meio dele, e que conferiria a este objeto uma aura, uma diferença em relação aos demais que, assim como ele, são disseminados pelas indústrias – e, entre elas, a cultural –, e que hoje nos assombram, pela sua capacidade quase que infinita de reprodução técnica.

Os manuais técnicos – aqueles livretos que nos ensinam a operar programas computacionais ou aparelhos eletrônicos – assim como os catálogos são publicações que, mesmo possuindo o formato de livro, retiraremos da pauta

desta discussão, por entendermos que esses programas e aparelhos podem vir a cair em desuso, e seus manuais passam, em seguida, a serem considerados materiais descartáveis, assim como outros produtos produzidos pela indústria cultural.

Ao mesmo tempo em que delimitamos as fronteiras do nosso estudo, é importante fazer uma distinção capital entre o trabalho de escrita e a fabricação do livro. Os livros não são de modo algum escritos; são manufaturados por escribas e outros artesãos, por mecânicos e por impressoras. Portanto, ainda que o livro seja uma das formas como se dá a ler um texto, é necessário recordar que “não existe nenhum texto fora do suporte que o dá a ler, que não há compreensão de um escrito, qualquer que ele seja, que não dependa das formas através das quais ele chega ao seu leitor” (Chartier, 1990, p.127).

Um dos propósitos desta dissertação será compreender por que, ainda que estejamos imersos em uma sociedade fascinada pelos meios eletrônicos de comunicação, o livro tipográfico – um veículo tão antigo – continua sendo visto como fundamental para a transmissão de saberes. Que características e estratégias fizeram com que o livro impresso permanecesse prestigiado pela sociedade e se diferenciasse dos outros suportes, emprestando credibilidade aos outros meios de comunicação que para ele se voltam? Como é possível entender o poder e o fascínio gerados pelo livro na sociedade brasileira, se, por ano, cada brasileiro adulto e alfabetizado lê, em média, apenas 1,2 livro? Por que homenageamos e valorizamos tanto este meio de comunicação que, nas prateleiras das livrarias, não é consumido na mesma proporção de seu consumo simbólico pela sociedade?

O objetivo desta pesquisa é buscar as razões pelas quais o livro teria mantido uma “aura”, que confere a ele uma posição de prestígio como produto cultural e meio de comunicação, diferentemente dos demais existentes. A noção de “aura” está sendo usada aqui tal como proposta por Walter Benjamin, em *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*.

A possibilidade de se reproduzir produtos culturais em larga escala – em função dos avanços obtidos com a industrialização e o novo ritmo da vida moderna –, segundo Benjamin, introduziria uma nova forma de fruição do mundo, sensorial, veloz, dessacralizada e superficial. Dessa maneira, a obra perderia justamente a sua “aura”. De acordo com ele, a aura seria “uma figura singular,



composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja” (Benjamin, 1985, p.170). Com a reprodutibilidade técnica, o objeto, antes aurático, ao aproximar-se do humano, sendo encontrado nas diferentes cópias circulantes, perderia a unicidade que o caracterizara na sua sacralidade pré-industrial.

Como bem argumenta Lewis Mumford, em *Arte e técnica*, nos estágios mais antigos da cultura, “o interesse simbólico” normalmente se sobrepunha ao “interesse técnico” no desenvolvimento das diferentes artes. Mas, no seu entender, a imprensa demonstraria de que modo a arte e a técnica poderiam estar integradas (Mumford, 2001, p.62).

Recontextualizando a noção de aura para a atualidade, a questão principal seria a seguinte: o livro impresso poderia portar uma aura, apesar de ele não ser dotado desse caráter único que Benjamin exigia ao objeto? Ainda que seja um bem reproduzível como outro qualquer da indústria cultural, o livro poderia ser considerado um objeto singular, na medida em que, por mais que sejam produzidas centenas de milhares de cópias de um determinado título, um texto impresso sob a forma de livro sempre remeterá a um tempo e a um espaço próprios, de onde ele surgiu e se constituiu como uma obra única, instaurando um conhecimento e uma visão de mundo únicos a partir dele? Qualquer livro seria provido de aura?

A hipótese deste trabalho é a de que o livro, apesar de ser um produto da indústria cultural, continuaria investido de uma “aura”, que, tal como foi proposta por W. Benjamin, é responsável por singularizar o bem cultural. Mas esta nova “simulação de aura”, reapropriada da “aura” original benjaminiana, operaria simbolicamente transformando os bens culturais reproduzidos tecnicamente em bens singulares, fazendo com que cada livro pareça ser uma obra única. A biblioteca seria o espaço clássico de culto desse bem que, mesmo sendo um produto industrial, é apropriado como obra intelectual individual, e, portanto, única.

Ao mesmo tempo em que levantamos a possibilidade de sua auratização, faz-se necessário abrir um importante parêntesis ao falar sobre o livro impresso. Da mesma forma como é possível enxergar esta centralidade do discurso escrito positivamente, tendo surgido até uma literolatria, há também pesadas críticas a

essa posição hegemônica que o livro ocupa como meio de propagação da cultura ocidental e moderna.

Nesse sentido, em *O poder das bibliotecas no Ocidente*, Christian Jacob, vai afirmar:

[Os livros] são signo e instrumento de poder. Poder espiritual da igreja. Poder temporal dos monarcas, dos príncipes, da aristocracia, da nação e da república. Poder econômico de quem dispõe dos recursos necessários para comprar livros, impressos ou manuscritos, em grande quantidade. Poder, enfim, intelectual e sobre os intelectuais, tanto é verdade que o domínio dos livros tem como corolário o direito de autorizar ou de proibir sua comunicação, ampliá-la ou retringi-la (Baratin & Jacob, 2000, p.14).

O antropólogo José Carlos Rodrigues, em artigo sobre os meios de comunicação, lembra:

Embevecidos pela escrita, achamos conveniente esquecer que ela só existiu em sociedades de classes. Considerando-a um bem quase absoluto, no limite queremos que seja de modo simultâneo “democratizada” e “obrigatória” para todos os seres humanos. Sequer percebemos que nesse desejo duplo reside uma enorme contradição. A aura que atribuímos à escrita nos faz desprezar o fato de que desde os tempos mais remotos ela venha sendo um dispositivo fundamental de coletividades fundadas na desigualdade.

Encantados com as grandes obras que inegavelmente propiciou, poucas vezes nós lembramos que as classes que detiveram a escrita nunca diferiram das que controlaram o poder. Também não costumamos levar em consideração que um dos seus empregos originais foi – e em grande medida continua a ser – o de, como instrumento de Estado, fixar leis escritas. Estabelecer normas que deveriam ser impostas a pessoas em geral analfabetas. Outorgar leis que se pretendem superiores às tradições e aos costumes e que, de cima para baixo e de fora para dentro, visam a os moldar, asfixiar ou abolir (Rodrigues, 2005, p.13).

Jesús-Martin Barbero (2004), por exemplo, trava uma discussão em torno da aplicação do livro na escola, como o meio capaz de transmitir os conhecimentos no ensino institucionalizado. O autor irá associar o aprendizado pelo livro-texto na escola a um modo de transmissão de mensagens, que se transformou também em um modo de exercício do poder baseado na escrita:

A atitude defensiva [da escola e do sistema educativo] limita-se a identificar o melhor do modelo pedagógico tradicional com o livro, e anatematizar o mundo audiovisual com o mundo da frivolidade, da alienação e da manipulação; a fazer

do livro o âmbito da reflexão, da análise e da argumentação em oposição ao mundo da imagem feito sinônimo de emotividade e sedução (Barbero, 2004, p.342).

Para que possamos entender o livro como possuidor de uma aura que o singularizaria perante os demais produtos culturais e meios de comunicação, será necessário, então, estudar os signos que estão associados ao livro em diferentes fases. Como poderíamos pensar hoje este objeto moderno como capaz de portar uma aura, se ele é também um produto da indústria cultural – tão criticada pelos teóricos da Escola de Frankfurt?

No estudo que realiza dos fenômenos comunicacional e cultural presentes nas sociedades contemporâneas, Nestor García Canclini alarga o conceito de cultura, definindo-a não apenas como um conjunto de objetos, de obras de arte e de livros facilmente identificável, mas pelos processos sociais que estão por trás destes signos culturais. Um dos lugares-comuns das análises que se referem aos usos do livro no Ocidente é associá-lo sempre à Cultura, porque não costumamos analisar os processos a que os objetos estão sujeitos, e sim apenas aos signos que representam. Como afirma Canclini (1997), “parte da dificuldade de falar da cultura vem do fato de que ela circula, se produz e se consome na sociedade” (p.32).

Muitas vezes não levamos em conta que um objeto pode transformar-se em seu uso social. É comum que os objetos tenham seu valor de uso alterado pelos receptores/consumidores; o seu próprio produtor, não raras vezes, aprova este novo sentido dado ao objeto projetado por ele. Nesse processo de transformação, “não há por que sustentar que o significado do objeto se perdeu, na maioria dos casos ele apenas se transformou” (Canclini, 1997, p.36).

Tendo em vista, portanto, que o objeto livro como materialidade existe há mais de 500 anos, podemos pensar em uma razoável quantidade de significados que, ao longo dessa trajetória como produto da cultura ocidental, o acompanharam desde então.

No primeiro capítulo desta pesquisa, trataremos de discutir o livro como um objeto que nasce de uma opção da sociedade por uma nova técnica: a da escrita. Para que possamos entender o porquê da permanência e da valorização do livro tipográfico na esfera cultural, devemos remontar às suas origens, o que nos levará

à questão da preeminência da escrita na cultura ocidental. Um momento crucial foi a passagem de uma sociedade até a Idade Média estritamente oral, para uma cultura que viveria – e até hoje vive – apoiada em uma urbanização esclarecida e dependente da escrita. A escrita é então o pré-requisito e o ponto de partida para compreender as bases nas quais foram construídas este objeto que hoje denominamos apenas como livro.

Em *A Letra e a Voz*, Paul Zumthor irá falar, por exemplo, que a distância, em termos antropológicos, entre o que entendemos atualmente por escritura (o texto impresso) e a manuscritura medieval é tão grande quanto a do manuscrito para a oralidade primária. Seria por meio do desenvolvimento das técnicas de escrita, e pela opção por ela em detrimento da voz, que o Ocidente pôde chegar a conceber o livro como objeto e a valorizá-lo. Este será um dos principais temas debatidos no capítulo que inaugura esta dissertação. Se a escrita é preeminente e instaura o livro como um objeto no seio da história do Ocidente, precisamos compreender por que, nesta sociedade ocidental, o escrito passou a valer mais e a palavra pronunciada pela voz perdeu sua força. A importância da palavra escrita passaria a ser sentida por meio das Escrituras Sagradas – nas Tábuas da Lei que foram entregues por Deus a Moisés no Monte Sinai.

A partir dessa constatação histórica, o livro já não seria entendido somente como um objeto cultural, mas também como um meio de comunicação e, por que não, de integração. Sem a Torá escrita, o texto sagrado judaico, os judeus não teriam sobrevivido como um povo. Aqueles homens da terra de Canaã foram expulsos do solo com o qual se identificavam e tiveram o seu segundo templo destruído (incendiado em 70 a.C.) pelo Império Romano, e a única chama que os manteve vivos e unidos como grupo étnico até hoje foi a Escritura Sagrada. O livro passaria a ocupar o espaço da palavra profética; os judeus fizeram da escrita e do livro os substitutos da perda do segundo templo. Não é à toa que os judeus passariam a ser chamados de “o povo do livro”, por ser o Livro Sagrado, a Torá, o meio pelo qual esse povo sempre se sentiu unido.

Desde os dias de Moisés, os judeus têm vivido segundo as leis estabelecidas na Torá. Se isso se apoiasse apenas no hábito, teria aos poucos desaparecido quando os judeus foram exilados e dispersos. Mas os judeus jamais se contentaram com o hábito. Acreditavam não apenas em manter a lei, mas também em estudá-la<sup>3</sup>.

O segundo capítulo terá a seguinte questão central: que desenvolvimentos estariam então intimamente relacionados com esta sociedade cada vez mais ligada ao livro? Por que o livro se desenvolveria na Idade Moderna e se tornaria um dos mais importantes, senão o mais divulgado, meio de expressão do pensamento e de divulgação das idéias? Se hoje estudamos os textos antigos e temos acesso a eles, foi muito em razão de terem sido recuperados nos *scriptoria* medievais, ou, antes ainda, pelos bibliotecários. E se hoje valorizamos a obtenção do saber por disciplinas e por meio do livro, devemos compreender que este modo de aquisição cultural foi incentivado sobremaneira pelo movimento iluminista. Portanto, caberá a este trabalho compreender a partir de quais momentos o homem moderno passaria então a não abrir mais mão do texto escrito sob a forma de livro como um meio, ou talvez o principal meio de desenvolvimento da vida social moderna. Que desenvolvimentos, no campo cultural, favoreceriam a opção pelo livro e fariam dele um objeto e um meio crescentemente cobiçado/desejado? O que acarretaria, por exemplo, ao homem moderno a opção por um ensino institucionalizado baseado na obtenção de conhecimentos pelo texto lido, porque escrito?

No terceiro capítulo, daremos relevo ao estudo do livro, que não é apenas um objeto cultural e um meio de comunicação, mas também um produto no mercado. Buscaremos compreender os mecanismos de afirmação do mercado editorial hoje, com seus atores e casas editoras, relacionando a estruturação desse mercado com o momento da Revolução Industrial na Europa, etapa fundamental em que o livro passaria a ser amplamente comercializado, nascendo a indústria cultural. Esta discussão prioriza o período atual, da sociedade do consumo, em que enfocaremos as questões contemporâneas sobre o comércio e as relações do livro com o jornal e com os novos meios eletrônicos. A discussão proposta por este estudo se encerraria numa análise das possibilidades existentes hoje para o veículo com o aprimoramento da tecnologia das mídias digitais.

---

<sup>3</sup> Texto extraído do *site* do movimento religioso judaico Chabad na internet: <http://www.chabad.org.br>.