

Leitor brasileiro “em primeiro lugar”

Regina Zilberman

Denomina-se *Retratos da leitura no Brasil* a pesquisa promovida pelo Instituto Pró-Livro, divulgada em 2008. Seus resultados, disponibilizados no endereço www.prolivro.org.br, apresentam números bastante ilustrativos, que cooperam para a compreensão do perfil do leitor brasileiro.

Eis alguns deles: a) o país possui aproximadamente 66,5 milhões de leitores, número que ultrapassa a população de países como Argentina (40 milhões de habitantes, em 2008), na América Latina, e França (65 milhões de habitantes), na Europa, para lembrar duas nações de grande prestígio cultural e detentoras de considerável massa de leitores; b) esses 66,5 milhões de leitores lêem 3,7 livros por ano, número bastante superior ao que foi alcançado em pesquisa realizada em 2000, quando o Brasil contava com 26 milhões de leitores, sendo que, na época, era lido 1,8 livro por leitor/ano; c) outra planilha de dados leva em consideração a relação habitante/ano; neste caso, o número de livros corresponde a 4,7 livros por habitante/ano. Essa taxa, por sua vez, leva em conta todos os livros lidos, inclusive os escolares. Excentuando-se os livros estimulados pela escola, a taxa baixa para 1,3 livro por habitante/ano.

Os resultados permitem observar igualmente a aquisição de livros no país. A pesquisa informa que foi de 5,4 a média de livros adquiridos por ano, sendo que 36,3 milhões de leitores compraram ao menos 1 (um) livro no ano anterior ao pesquisado. Esses números incluem os livros indicados pela escola.

Que o mercado livreiro do país depende substancialmente da escola não é novidade. Essa instituição consome sobretudo livros didáticos, gênero que vive à sombra do trabalho do professor, dispõe de público cativo – os estudantes – e garante o funcionamento de muitas editoras, distribuidoras de livros e autores. O livro didático constitui igualmente um gênero que nem sempre passa pelas livrarias, já que sua comercialização pode ser feita de modo direto, sem a participação de um livreiro. Nesse sentido, ele dispensa um elo importante da cadeia do livro, circunstância que gera efeitos não negligenciáveis, por explicar, ao menos em parte, por que o país conta com número relativamente pequeno de negócios dedicados à comercialização de obras impressas, se comparado às nações antes mencionadas, como a Argentina e França, exemplos com os quais usualmente o Brasil é cotejado, quando discutido o tópico livrarias.

Assim, se, de uma parte, aceitamos que mais de 36 milhões de livros foram comercializados em 2006 ou 2007, ou venham a ser até o final de 2008, de outra, é preciso relativizar esse valor, já que a participação da comercialização de livros por intermédio da escola é bastante elevada. E, como se trata de livros indicados, mesmo que não sejam necessariamente obras de cunho didático, eles nem sempre são eleitos de modo espontâneo, isto é, em princípio não configuram o gosto ou as preferências do leitor.

Logo, o desenho do perfil do leitor nacional não depende apenas da identificação da quantidade de obras lidas, cuja leitura pode resultar da aquisição dos livros, de seu empréstimo em bibliotecas ou por amigos e familiares, do acesso aos textos digitalizados, disponíveis na internet. Com efeito, o comportamento do leitor relaciona-se também à sua escolha e à sua vontade, que o levam a livrarias, empreendimentos comerciais que dependem da venda de livros, mercado esse que se apresenta na forma material de casas de negócios ou na forma virtual de *sites on line*.

Nesse caso, a consulta a outras pesquisas se faz imprescindível – são as listas dos livros mais vendidos, que semanalmente periódicos de circulação nacional exibem a seus consumidores. Para chegar à listagem dos atuais *best sellers* no Brasil, procedemos a um levantamento que levou em conta os seguintes veículos de comunicação: *Idéias & Livros*, suplemento *on line* do *Jornal do Brasil* (ideias@jb.com.br), acessado em 1 de novembro de 2008; o volume 2085, da revista *Veja*, de 5 de novembro de 2008; a *Folha Ilustrada*, do jornal *Folha de S. Paulo*, de 1 de novembro de 2008; *Prosa & Verso*, suplemento literário do jornal *O Globo*, de 1 de novembro de 2008.

Esses veículos dividem as listas de mais vendidos em três categorias. A primeira, ficção, deveria incluir obras de imaginação em geral (narrativa, poesia e drama), mas restringe-se a romances, fato que independe da preferência dos editores e que é, por si mesmo, indicativo dos hábitos e gostos do público brasileiro. Não-ficção é a segunda categoria, de fronteiras mais difusas, já que abriga crônicas (*O mundo é bárbaro*, de Luís Fernando Veríssimo, por exemplo), obras de natureza historiográfica (*1808*, de Laurentino Gomes), relato de experiências pessoais ou coletivas (*Comer, rezar, amar*, de Elizabeth Gilbert; *Marley & eu*, de John Grogan), sendo que talvez se possa considerar o traço de união das obras que figuram nessas listas o fato de terem algum cunho histórico ou verídico, não remetendo à fantasia do autor.

A última categoria, concebida há aproximadamente uma década, é registrada de modo diverso em cada um dos veículos: auto-ajuda e exoterismo (*Jornal do Brasil*); auto-ajuda e esoterismo (*Veja*); auto-ajuda, guias, espirituais e negócios (*O Globo*); auto-ajuda e negócios (*Folha de S. Paulo*). A imprecisão da categoria é sintomática de sua natureza; mas a circunstância de a palavra-chave “auto-ajuda” figurar em todas as listas é sugestiva de que não importa se o assunto é espiritualidade ou dinheiro, o caso é que, de uma maneira ou de outra, os livros que figuram nessa relação procuram colaborar para o êxito pessoal ou profissional de seus leitores (independentemente do fato de cooperarem acima de tudo para o sucesso e o enriquecimento de seus autores).

A relação composta a partir do cotejo entre essas listas e essas categorias não leva em conta as divisões propostas pelos periódicos, na hipótese de que a maioria dos leitores, quando adquire o livro, não o faz porque procure ficção, não-ficção ou auto-ajuda, mas porque busca, sobretudo, uma obra ou um autor. Com base nesse pressuposto, aparecem em todas as quatro listas os seguintes volumes, relacionados em ordem alfabética do nome do autor, seguindo-se o título, e entre colchetes, a editora que os publicou:

Augusto Cury - O vendedor de sonhos <Academia de Inteligência>

Carlos Ruiz Zafon - O jogo do anjo <Objetiva>

Elizabeth Gilbert - Comer, rezar, amar <Objetiva>

Geoffrey Blainey - Uma breve história do mundo <Fundamento>

John Grogan - Marley & eu <Prestígio>

José Saramago - Ensaio sobre a cegueira <Cia. das Letras>

Laurentino Gomes - 1808 <Planeta>

Markus Zusak - A menina que roubava livros <Intrínseca>

Reinaldo Azevedo - O país dos petralhas <Record>

Rhonda Byrne - O segredo <Ediouro>

Stephanie Meyer - Crepúsculo <Intrínseca>

Stephanie Meyer - Lua nova <Intrínseca>

Stieg Larsson - Os homens que não amavam as mulheres <Cia. das Letras>

Vicki Myron e Bret Witter - Dewey: um gato entre livros <Globo>

William Young - A cabana <Sextante>

Zibia Gasparetto - Eles continuam em nós <Vida & Consciência>

Por sua vez, as seguintes obras aparecem em ao menos três das quatro listas, arranjados os títulos, autores e editores segundo os mesmos critérios utilizados antes:

Augusto Cury - *Nunca desista de seus sonhos* <Sextante>

Gustavo Cerbasi - *Casais inteligentes enriquecem juntos* <Gente>

James Hunter - *O monge e o executivo* <Sextante>

Luis Fernando Veríssimo - *O mundo é bárbaro* <Objetiva>

Martha Medeiros - *Doidas e santas* <Objetiva>

Randy Pausch - *A lição final* <Agir>

Sun Tzu - *A arte da guerra* <Jardim de Livros>

Considerando que, segundo as estatísticas divulgadas pelo Instituto Pró-Livro, o leitor brasileiro compra ao menos um livro por ano, pode-se cogitar que sua preferência recaia sobre uma das obras exibidas na lista de *best-sellers* aqui resumida. Verifica-se, de imediato, que não predominam os escritores de língua portuguesa, pois esses correspondem a pouco mais de um terço da relação. Além disto, o rol inclui um autor nascido em Portugal, José Saramago, presente graças ao romance *Ensaio sobre a cegueira*, lançado em 1995, cujo renovado sucesso de vendas deve-se provavelmente ao filme que inspirou, em exibição nos cinemas do país.

Por sua vez, apenas José Saramago figura na série dos ficcionistas, correspondendo os demais à crônica (Luis Fernando Veríssimo; Martha Medeiros), à crônica política (Reinaldo Azevedo), à história (Laurentino Gomes) e, como seria de se esperar, à auto-ajuda, seja a de ordem espiritual (Augusto Cury; Zíbia Gasparetto), seja a de ordem financeira (Gustavo Cerbasi, que comparece ainda, em menor proporção, com *Investimentos inteligentes*, outro título de natureza similar).

Vale arriscar uma conclusão a propósito do leitor brasileiro que consome essas obras: apesar do esforço da escola, da crítica e das instituições acadêmicas, nosso leitor, quando pode escolher livremente, prefere obras relativas a questões da atualidade – como são as de Reinaldo Azevedo, que discute o comportamento dos afiliados do partido político no poder, a de Laurentino Gomes, motivada pelo bicentenário da chegada da corte portuguesa ao Brasil, e a de Luís Fernando Veríssimo, cujos textos abordam temas candentes como globalização, política internacional e comportamento; ou então busca a infalível auto-ajuda, expressa em língua vernácula.

Contudo, são os autores norte-americanos que predominam e, dentre eles, os que se dedicam à literatura de *advice*, como aquele povo designa a auto-ajuda, que aparecem com destaque, em livros que se alinham a qualquer das categorias mencionadas nas listas originais. Nesse caso, pelo menos oito títulos qualificam-se como tais, encontrando-se entre eles os campeoníssimos *A cabana*, de William Young, *A lição final*, de Randy Pausch, ou *O segredo*, de Rhonda Byrne.

É preciso, por outro lado, não criminalizar o brasileiro que elege essas obras, direcionando para elas sua escolha anual, quando se trata de comprar livros. Examinada a lista de *best-sellers*, colocada na edição *on line* do *New York Times Review of Books* (www.nytimes.com), de 2 de novembro de 2008, verificam-se, entre os prediletos do público *yankee*, as versões originais dos volumes de William Young (*The shack*), de Randy Pausch (*The last lecture*) e de Rhonda Byrne (*The secret*), para não falarmos de Dewey, de Vicki Myron e Bret Witter, *Eat, pray, love*, de Elizabeth Gilbert, e *Marley & me*, de John Grogan, presenças notórias nas listas locais.

Sob o ângulo do consumidor, o leitor brasileiro parece não se distinguir substancialmente do confrade nascido na América do Norte ou na Europa. A constatação pode agradar ou não; no primeiro caso, significa a sintonia do mercado editorial brasileiro com os interesses internacionais, a atualização do público e a potencialidade de nosso leitor de interagir em um plano globalizado. No segundo caso, pode ser desagradável saber que a literatura, a cultura e a ciência brasileira, representadas pelos escritores, críticos, pesquisadores e pensadores nacionais, precisa vencer uma guerra dentro de seu próprio *front*, já que não se trata apenas de ganhar o mercado externo, mas de ocupar o mercado interno, consolidando-se nesse lugar.

Essa constatação se torna mais complexa, quando complementada por um dado que não se refere propriamente ao leitor, mas às empresas responsáveis pela edição dos livros. É que, a se julgar pelos resultados sugeridos pelas listas examinadas, os *best-sellers* em português são impressos pelas seguintes editoras, relacionadas em ordem alfabética: Academia de Inteligência; Agir; Companhia das Letras; Ediouro;

Fundamento; Gente; Globo; Intrínseca; Jardim de Livros; Objetiva; Planeta; Prestígio; Record; Sextante; Vida & Consciência.

Dentre essas quinze editoras, podem-se reconhecer facilmente sete empresas – Agir; Companhia das Letras; Ediouro; Globo; Objetiva; Planeta; Record – responsáveis por um catálogo variado, que prestigia regularmente o escritor e o intelectual brasileiro, cooperando para a diversificação e fortalecimento do público leitor nacional. Outras editoras, como a Sextante, por exemplo, especializaram-se em gêneros determinados, mas, ainda assim, disponibilizam catálogo dinâmico. Contudo, há editoras que se resumem a lançar poucos títulos, concentrados em um ou dois escritores, como a Vida & Consciência, que canaliza seus esforços quase que exclusivamente à impressão e à divulgação da obra de Zibia Gasparetto, autora que constitui, ela mesma, um fenômeno de vendas no país.

Trata-se, assim, de empresas focadas tão-somente no sucesso de seu editado, sem que ocorra um investimento na renovação literária, científica e cultural ou no crescimento do público. Enfim, não há riscos nem mesmo empresariais no comportamento de editoras dessa natureza, a maior parte delas, como se pode verificar, voltadas para a difusão de obras de auto-ajuda ou esotéricas.

Pode-se perceber em que medida o perfil do leitor brasileiro, com suas escolhas menos ou mais livres, afeta o modo de produção e circulação da matéria impressa, bem como o funcionamento de um poderoso ramo da indústria livreira nacional.

Regina Zilberman é professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e das Faculdades Porto Alegrenses (FAPA).