

Os Best-Sellers no Brasil — 1980/1988

Sandra Reimão*

RESUMO

O objetivo deste estudo é a caracterização da leitura não escolar no Brasil, nos anos 80 — ficção e não ficção. Utilizamos as listas dos mais vendidos como indicadores desta leitura. Esse trabalho inclui uma descrição dos assuntos, tipos de narrativa e autores.

Palavras-chaves: Best-sellers/mercado editorial/Brasil década 80

ABSTRACT

This paper deals with the non-educational book market on the 80s in Brazil — fiction and non fiction. We have utilized the best sold titles in each year in each segment as indicators of these readings. The study includes descriptions of the subject, the narrative characteristics and the authors.

Key words: Best-sellers/book market/Brazil 80s

RESUMEN

El objetivo de este estudio es la caracterización de la lectura no escolar en Brasil, en los años 80 — ficción y no ficción. Utilizamos las listas de los más vendidos como indicadores de esta lectura. Ese trabajo incluye la descripción de los asuntos, tipos de narrativa y autores.

Palabras centrales: Best-sellers/lectura/Brasil años 80

* Professora do Instituto Metodista de Ensino Superior/SBC, curso de Comunicação Social. Pesquisadora bolsista do CNPq.

Estima-se que em 1988 foram comercializados no Brasil 300 milhões de livros¹. Levando-se em conta que a população brasileira estava em torno de 144.427.600 habitantes (IBGE), teremos uma relação de 2,07 livros por habitante.

Se este número está longe do índice na Inglaterra, que é de 6,6, livros por habitante ao ano, ele no entanto é próximo ao da Itália (2,8), da Alemanha Ocidental (2,8) e da França (2,5), países com uma tradição literária e de cultura escrita bem mais sólida e antiga que o Brasil².

O índice brasileiro torna-se mais significativo se levarmos em conta não só a porcentagem de analfabetos, como também ampla parcela da população brasileira que vive nos limites da sobrevivência física, excluída, portanto, de qualquer acesso ao consumo, inclusive de consumo cultural.

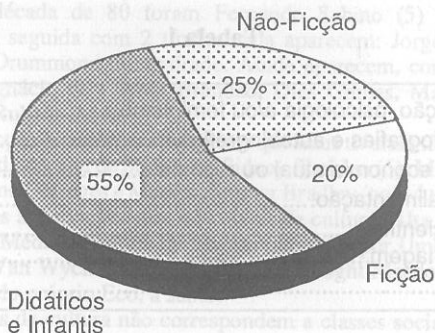
Se esta observação é lamentável de um ponto de vista político e humano, ela, por outro lado, revela a grande potencialidade do mercado editorial no Brasil, uma vez que com uma diminuta parcela da população já atingimos o patamar citado.

Some-se a esta questão o fato de a parcela que participa do consumo de livros ter um bloqueador na má comercialização e distribuição, apesar de terem melhorado muito nos últimos anos. Os cálculos mais otimistas estimam a existência, no Brasil, de 1.200 livrarias e 3.500 pontos de vendas de livros (excluindo bancas e supermercados)³, o que ainda é pouco em relação à dimensão do país e da população.

A potencialidade do mercado livreiro já foi observada pelo Sindicato dos livreiros, que colocou como meta dobrar, em cinco anos, o número de livros produzidos no Brasil, utilizando-se para isso de campanhas de incentivo e criação do hábito de leitura entre adolescentes⁴.

Neste contexto cabe a pergunta: o que estamos lendo no Brasil?

Em 1988, pouco mais da metade da produção editorial brasileira (55%) foi de textos didáticos e infantis. Dos outros 45%, 20% foram narrativas de ficção e 25% textos não ficcionais⁵.



Nos deteremos aqui nos 45% formado pelos textos de ficção e não-ficção, alvos especiais (mas não só, nem exclusivamente) do consumo voluntário - leitura não obrigatória nas escolas e demais órgãos educativos.

Para pensarmos o que estamos lendo, em termos de assunto, tipos de narrativa e de autores, utilizaremos as listas dos 10 títulos mais vendidos de

ficção e não-ficção de cada ano, publicadas por **Leia Livros** a partir de 1980. Nos anos em que não foram feitas listas anuais, ou que estas foram parciais (5 títulos por segmento), elaboramos as listas anuais a partir das várias listas mensais. Para o ano de 1988 utilizamos a listagem elaborada pelo Datafolha, publicada na **Folha de S. Paulo**, uma vez que **Leia** modificou a forma de listagem (não dividindo por segmento).

Mesmo sabendo da inexatidão deste tipo de levantamento, cremos que estas listas podem ser utilizadas como "termômetros", como sintomas indicativos do que estamos lendo, no Brasil, em termos de escolhas voluntárias.

NÃO-FICÇÃO

Em 1988, apenas 3 títulos de autores brasileiros estavam presentes na lista dos 10 mais vendidos do ano em não-ficção: Samuel Wainer, com **Minha Razão de Viver**, Ricardo Semler com **Virando a Própria Mesa** e o conjunto de membros da Assembléia Constituinte que redigiu a **Constituição**.

Até 1987, autores brasileiros eram responsáveis por, no mínimo, 5 dos 10 títulos mais vendidos na área de não-ficção. Em 1980, 6 dos 10 títulos mais vendidos no gênero eram de escritores nacionais, idem em 1981, 1983 e 1985. Em 1982, este número foi de 5 e em 1984 e 1986 de 7. Só em 1987 este número ficou abaixo dos 5 em 10 - 4 -, e em 1988 este número caiu para 3, o que demonstra um movimento descendente.

Os autores brasileiros que mais tiveram títulos nas listas dos 10 mais vendidos anuais de não-ficção foram Fernando Gabeira (**O que é Isso Companheiro — 1980/Crepúsculo do Macho 1980 e 1981/Entradas e Bandeiras — 1981**) e Martha Suplicy (**Conversando sobre Sexo — 1983/A Condição da Mulher — 1984/ De Mariazinha a Maria — 1985**). Em seguida, com duas aparições cada, seguem-se: Marina Colassanti, Marilena Chauí, Eduardo Mascarenhas, J. C. de Assis, João Uchôa Jr., Henfil, e Marcelo R. Paiva⁶.

Quanto ao assunto, os títulos mais vendidos entre 1980 e 1988 na área de não-ficção podem ser assim distribuídos:

Tabela 1

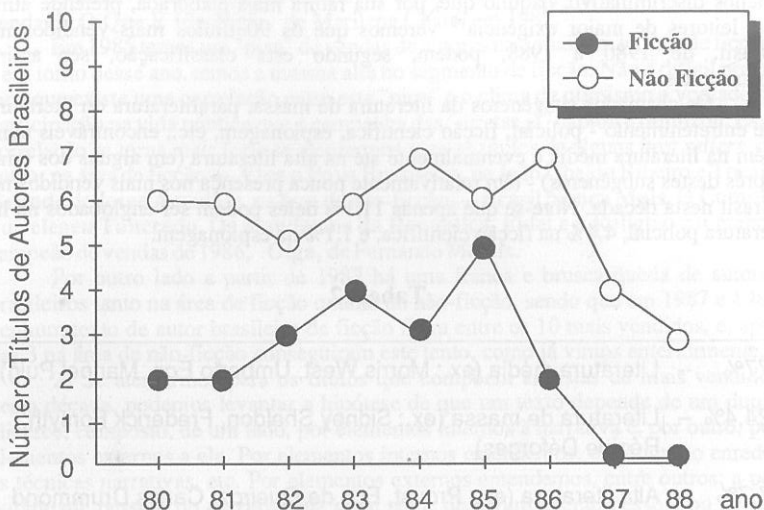
1. Sexo, educação, psicologia e/ou feminismo.....	32,0%
2. Memórias, biografias e autobiografias.....	30,0%
3. Política e/ou economia atual ou recente.....	28,8%
4. Saúde e/ou alimentação.....	6,6%
5. Divulgação científica.....	5,5%
6. Relatos de Viagem.....	4,4%
7. Outros.....	3,3%

FICÇÃO

Na área de ficção, a presença de autores brasileiros em relação a estrangeiros foi sempre menor do que no segmento da não-ficção. Mesmo assim nota-se uma acentuada queda desta presença a partir de 1986 (inclusive).

Gráfico 1

Presença de textos de autores brasileiros nas listas anuais dos dez títulos mais vendidos do ano



Os escritores brasileiros que mais tiveram títulos entre os 10 mais vendidos de cada ano na década de 80 foram Fernando Sabino (5) e Luis Fernando Veríssimo (4). Em seguida com 2 títulos cada aparecem: Jorge Amado, Rubem Fonseca e Carlos Drummond de Andrade. Ainda aparecem, com um título cada, Antonio Calado, Ignácio de Loyola Brandão, Dias Gomes, Márcio Souza, João Ubaldo e Marcelo Rubens Paiva.

Na área de ficção os autores estrangeiros que mais tiveram títulos entre os mais vendidos no Brasil da década de 80 foram: Sidney Sheldon (5), Milan Kundera, Colette Dowling, Regine Déforges e Marion Zimmer Bradley (com 4 títulos cada).

Se aceitarmos a distinção entre três níveis de cultura: Alta Cultura ou Cultura Erudita, Cultura Média e Cultura de Massa, retomada por Umberto Eco⁷ (a partir da proposta de Van Vych Brooks, revista por Dwight Macdonald) com as ressalvas, efetuadas pelo próprio Eco, a saber:

1. Os três níveis de cultura não correspondem a classes sociais. (Alfredo Bosi notou que, no Brasil, "a cultura erudita cresce principalmente nas classes altas e nos segmentos mais protegidos da classe média" e a cultura de massa "(...) corta verticalmente todos os estratos da sociedade, crescendo mais significativamente no interior das classes médias"⁸);
2. Os três níveis não representam três graus de complexidade e um produto pode ter mais de uma possibilidade frutiva, ou então ser assimilado em um nível diferente de sua origem;

3. Os três níveis não correspondem a três níveis de validades estéticas;
4. A transmigração de um produto para esferas inferiores pode ter diversos significados inclusive a evolução do gosto coletivo.

E, se, aceita esta distinção entre os três níveis de cultura, a transpusermos para a esfera literária, postulando a existência de uma alta literatura, uma literatura de nível médio e uma literatura de massa de nível popular — sendo que estes dois últimos rótulos "são úteis para distinguir, dentro da literatura de entretenimento, aquilo que, por sua elaboração mais rudimentar, visa um público menos discriminativo, daquilo que, por sua fatura mais elaborada, pretende atingir leitores de maior exigência"⁹ veremos que os 90 títulos mais vendidos no Brasil, de 1980 a 1988, podem, segundo esta classificação, ser assim distribuídos:

Os chamados subgêneros da literatura de massa, paraliteratura ou literatura de entretenimento - policial, ficção científica, espionagem, etc., encontrá-veis também na literatura média e eventualmente até na alta literatura (em alguns dos criadores destes subgêneros) - têm relativamente pouca presença nos mais vendidos no Brasil nesta década. Note-se que apenas 11,1% deles podem ser englobados na literatura policial, 4,4% na ficção científica, e 1,1% na espionagem.

Tabela 2

77%	—	Literatura média (ex.: Morris West, Umberto Eco, Manoel Puig)
24,4%	—	Literatura de massa (ex.: Sidney Sheldon, Frederick Forsyth, Régine Déforges)
7,7%	—	Alta literatura (ex.: Proust, Eça de Queiroz, Carlos Drummond de Andrade (poesia), T. S. Eliot)

Observe-se também a pouca presença da poesia e dos contos entre os mais vendidos no Brasil na década de 80. Dos 90 títulos que entraram nas listas anuais dos 10 mais vendidos no segmento da ficção apenas 3 (3,3%) eram livros de poesia e 7 (7,7%) livros de contos, crônicas ou pequenas narrativas.

Tabela 3

89%	—	Romances ou narrativas longas
7,7%	—	Conjunto de contos, crônicas e pequenas narrativas
3,3%	—	Poesia

Como protótipo de *best seller* no Brasil em textos ficcionais podemos, de maneira geral, caracterizar então o romance de autor estrangeiro de nível médio sem subgênero definido.

Os dados apresentados até aqui nos permitem levantar algumas hipóteses:

1) A década de oitenta se abre em clima de pós-abertura, "lenta e gradativa". O ex-exilado político Fernando Gabeira surge como ponta da leva daqueles que, retornando, se propuseram a contar a história recente do Brasil, abafada de 64 e 68, e a intervir no contexto cultural brasileiro. Outro escritor desta leva que também se tornou best seller foi Alfredo Syrkis, com o seu **Roleta Chilena**. É ainda este contexto de relativa esperança e vontade de informação que propiciou o sucesso de venda de **O Que É Ideologia**, de Marilena Chauí, em 1981.

Em 1985 temos um "pico" de vendas de autores nacionais em termos de ficção, e em torno desse ano, temos a mesma alta no segmento de ficção. Não é difícil notar-mos que existe uma correlação entre este "pico" e o clima de otimismo e vontade de participação na vida pública que a campanha das "diretas já" captou e otimizou. Essa correlação se torna mais forte se atentarmos para os títulos de alguns *best sellers* de então: na área de ficção — **Viva o Povo Brasileiro**, de João Ubaldo Ribeiro e **Tocaia Grande** de Jorge Amado, e, na área de não-ficção — **Brasil Nunca Mais**, **O Complô** que elegeu Tancredo, **Os mandarins da República**, **Fidel e a Religião** e o grande campeão de vendas de 1986, **Olga**, de Fernando Morais.

Por outro lado a partir de 1987 há uma franca e brusca queda de autores brasileiros tanto na área de ficção quanto de não-ficção, sendo que em 1987 e 1988 nenhum texto de autor brasileiro de ficção ficou entre os 10 mais vendidos, e, apenas 3 na área de não-ficção conseguiram este tento, como já vimos anteriormente.

2) Se atentarmos para os títulos que compõem as listas de mais vendidos desta década, podemos levantar a hipótese de que um texto depende de um duplo alicerce, composto, de um lado, por elementos internos à narrativa e, por outro, por elementos externos a ela. Por elementos internos entendemos: o assunto, o enredo, as técnicas narrativas, etc. Por elementos externos entendemos, entre outros: a popularidade pessoal do escritor, que pode advir de algum evento pessoal ou de sua divulgação ou de seus trabalhos por outros meios como jornais, revistas, TV, resenhas e críticas, campanhas de marketing de lançamento, etc. . .

Sendo que, no Brasil, onde talvez o principal problema da indústria do livro seja o rompimento do círculo de desinformação que isola o público do universo da literatura e dos escritores, os fatores externos às narrativas são muito importantes para angariar público para um determinado texto.

Laurence Hallewell, em seu estudo **O Livro no Brasil** (T. A. Queiroz/Edusp), baseado em uma pesquisa de mercado realizada pela Editora Abril, comenta assim este fato: "A maioria dos brasileiros deixa de comprar livros para a leitura de lazer porque, além dos autores conhecidos e detestados no tempo de escola, simplesmente não sabem que outra coisa ler. E, naturalmente, as livrarias não os atraem, porque as pessoas sem familiaridade com os livros de autores, não vêem sentido em nelas entrar".

Basta olharmos a lista e autores mais vendidos, especialmente os brasileiros, para notarmos o evidente reforço dado a venda de seus livros por elementos externos a eles. No campo da não-ficção, já nos referimos ao fenômeno Fernando Gabeira; Marta Suplicy manteve, paralelamente ao lançamento de seus textos iniciais, um programa diário, na TV de maior audiência do país, sobre sexualidade; no campo da ficção, os dois autores mais vendidos da década (por enquanto), Fernando Sabino e Luiz Fernando Veríssimo, mantêm colunas e seções permanentes em jornais e revistas de circulação nacional. E assim por diante.

Neste contexto observamos que um incremento à produção e consumo de

livros no Brasil, e em especial que estes sejam de autores brasileiros, passa, além das qualidades do texto e da formação de um futuro público leitor pelo incentivo à leitura entre os adolescentes de hoje, por circuitos externos ao literário propriamente dito. Passa pela questão da aproximação das pessoas, seja porque meio for, do mundo da literatura e das letras.

OBSERVAÇÃO

Para finalizar, acrescentamos que, frente a literatura de massa, nem uma posição "apocalíptica" nem uma postura "integrada" são possíveis. No caso da indústria de livros estas óticas têm que ser nuançadas, pois como diz Regina Zilberman, no prefácio a *Os Preferidos do Público* (Ed. Vozes):

"Numa sociedade em que, segundo se afirma, as pessoas lêem pouco, a literatura de massa parece ser, simultaneamente, a causa e a solução do problema. A acusação de que é vítima decorre do fato que, atraindo o leitor para um tipo de obra considerada menor, impede-o de voltar-se àqueles livros efetivamente relevantes à sua formação cultural e, ao mesmo tempo, convidativos ao prazer superior oferecido pela grande arte literária. Também a circunstância de a literatura de massa ser, em geral, importada do exterior é tida como prejudicial: o leitor brasileiro é afastado das criações pertencentes a nosso patrimônio cultural e, como não há o produto equivalente nacional (ou existe em pequena quantidade e qualidade inferior), a perda torna-se irremediável.

Pela mesma razão, paradoxalmente, ela é julgada uma saída positiva: cria hábitos de ler, atrai adeptos novos para o livro, ajuda a crescer a indústria livreira e propicia uma infraestrutura de circulação para as obras sem a qual uma literatura nacional de país subdesenvolvido, como é o Brasil, não seria possível. Converte-se num mal menor, tolerável diante da hipótese de que pior seria sem ela e qualquer tipo de leitura.

"Os prós e os contras se somam e se chocam (...)"

Bandida ou mocinha? Heróina ou vilã? Degrado de acesso à chamada alta literatura ou elemento deturpador e redutor do gosto literário? Sem dúvida a literatura de mercado é uma afiada faca de dois gumes, e como tal, pode tanto ferir seu usuário, quanto, se bem manejada, ser precisa e certa no alvo desejado.

Notas e Referências

1. "Um grande mercado está à espera" in revista *Celulose e Papel*, S.P., Unipress Editorial, ano IV, nº16, maio/junho 1988, pgs. 8 e 11
2. Fonte: *Suplemento Guia da Bienal*, Folha de São Paulo — 25/08/88, J.7. Os dados referem-se a anos diferentes conforme o país Inglaterra — 1986; Itália — 1985; Alemanha Ocidental — 85; França — 85.
3. Fonte: Ribeiro, Teresa, "Quem Lê, Como Lê, O Que Lê", in *Jornal da Tarde*, 12/12/87.
4. Ver — "Um grande mercado está à espera", ed. cit. (nota 1).
5. Fonte: *Folha de São Paulo*, 25/07/88 — E.1.
6. Marcelo Rubens Paiva e Henfil tiveram um só título na lista de best seller não-ficção na década de 80 no Brasil, mas este título apareceu 2 anos em seguida. *Feliz Ano Velho*, de Marcelo Paiva, em 1º lugar tanto em 1983, quanto em 1984, e *Henfil na China* em 10º e 7º em 1980 e 1981, respectivamente. Provavelmente em termos de exemplares vendidos de um mesmo título, Marcelo Paiva seja o autor brasileiro mais vendido da década.

COMMUNICATION AND DEMOCRACY - BRAZILIAN PERSPECTIVES



Trata-se de uma coletânea composta pelos trabalhos de pesquisadores da ECA/USP apresentados na programação científica da International Association for Mass Communication Research (IAMCR) Scientific Conference, realizada em Bled, Iugoslávia, em 1990. A publicação registra as tendências das pesquisas em comunicação e o desempenho dos "mass-media" em várias subáreas, tanto a nível do Brasil quanto da América Latina. Divulga os aspectos relativos ao processo de democratização e transformações nos sistemas de comunicação de massa em vigência, analisando as perspectivas da tecnologia da comunicação com os seus sistemas alternativos de informação e de cultura, em especial o desenvolvimento da comunicação eletrônica. *Communication and Democracy* tem por objetivo estimular o intercâmbio internacional e motivar o meio acadêmico a multiplicar a interface com outros pesquisadores interessados nos mesmos objetos de estudo.

Escolas de Comunicações, Institutos e Entidades nas áreas de Comunicações e Artes, professores, pesquisadores e especialistas que desejam adquirir a publicação "Communication and Democracy - Brazilian Perspectives" escrever para:

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443
A/C Setor de Vendas de Publicações
Prédio principal - térreo - Cidade Universitária
CEP: 05508 - São Paulo - SP - Brasil
Telefone: (011) 813-3222 - ramal 7061