



# PRODUÇÃO E CIRCULAÇÃO DE LIVROS NO BRASIL: OS BEST-SELLERS DE INICIAÇÃO DA EDITORA BRASILIENSE



IV SICCAL

[ GT 1 - PRODUÇÃO, CIRCULAÇÃO E FRUIÇÃO DE BENS CULTURAIS ]

Ana Carolina Ramos Slade

*Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)*

## [ RESUMO ABSTRACT RESUMEN ]

Fundada em 1943, a Brasiliense atuou como uma das editoras mais proeminentes do Brasil, com destaque em dois diferentes momentos históricos: o período da República Populista (1945-1964), marcado pelo florescimento de editoras de posições progressistas, e a reabertura política, com o enfraquecimento da ditadura militar na década de 1980. É nessa segunda fase que a Brasiliense investe em coleções voltadas ao público jovem, fornecendo uma série de leituras organizadas que dão origem a improváveis best-sellers de iniciação cultural, como a coleção “Primeiros Passos”. Neste artigo, adotaremos as noções de História Cultural de Roger Chartier (2002) e as conceituações de best-seller propostas por Muniz Sodré (1988), Sandra Reimão (1996) e Umberto Eco (1970) para refletir sobre a formação de catálogo da editora, os processos produtivos e o circuito ideológico literário com o objetivo de problematizar possíveis contribuições do mercado editorial para a instituição de visões críticas do mundo social.

**Palavras-chave:** História Cultural. Comunicação Social. História do Livro. Editoração. Editora Brasiliense.

Founded in 1943, Brasiliense acted as one of the most prominent publishing houses in Brazil, specifically in two different historical moments: the period of the Populist Republic (1945-1964), known for the flourishing of progressive publishing houses, and returning to democracy, with the end of the military dictatorship 1980s. In this second phase, Brasiliense invests in collections for young audiences, providing a series of book readings that give rise to improbable bestsellers of cultural initiation, such as the collection “Primeiros Passos” [First Steps]. In this article, we will adopt Roger Chartier’s notions of Cultural History (2002) and the bestseller concepts proposed by Muniz Sodré (1988), Sandra Reimão (1996) and Umberto Eco (1970) to reflect on the catalog’s formation of the publishing house, the productive processes and the ideological literary circuit with the objective of problematizing possible contributions of the publishing market to the establishment of critical visions of the social world.

**Keywords:** Cultural history. Social Communication. Book Story. Publishing. Brasiliense Publisher.

Creada en 1943, la casa editora Brasiliense actuó como una de las más prominentes de Brasil, sobretudo en dos diferentes momentos históricos: el período de la República Populista (1945-1964) — conocido por el florecimiento de editoriales de posiciones progresistas — y la transición a la democracia, con el fin del la dictadura militar en la década de 1980. En esta segunda fase, Brasiliense invierte en colecciones para el público joven, ofrecendo una serie de lecturas organizadas que resultan en improbables best-sellers de iniciación cultural, como la colección “Primeiros Passos” [Primeros Pasos]. En este artículo, adoptaremos las nociones de Historia Cultural de Roger Chartier (2002) y las conceptualizaciones de best-seller propuestas por Muniz Sodré (1988), Sandra Reimão (1996) y Umberto Eco (1970) para reflexionar sobre la formación de catálogo de Brasiliense, los procesos productivos y el circuito ideológico literario con el objetivo de problematizar posibles contribuciones del mercado editorial para la creación de visiones críticas del mundo social.

**Palabras clave:** Historia cultural. Comunicación Social. Historia del libro. Publicación. Editorial Brasiliense.

## Um mercado em transformações: a formação de catálogo

---

Para Jason Epstein, a publicação de livros não deve ser compreendida como um negócio convencional. Editor norte-americano que esteve à frente de inúmeras inovações do mercado editorial, Epstein foi criador da Anchor Books, coleção de obras de viés marcadamente intelectual que impulsionou a revolução das brochuras a partir de 1953. Apostando em edições mais resistentes do que as brochuras comercializadas nas *drugstores*, a coleção pretendia disponibilizar para leitores de poucos recursos obras literárias de valor permanente que até então só poderiam ser encontradas nas livrarias norte-americanas em caras edições em capa dura. Diretor da Random House por quarenta anos e responsável pela publicação de autores como Norman Mailer, Philip Roth e Gore Vidal, foi um dos fundadores do periódico de crítica literária *New York Review of Books*, em 1963. No conjunto de ensaios *O negócio do livro*, publicado em 2001, Epstein critica veementemente o “desvio” do ramo da edição de livros de “sua verdadeira natureza” coagido pelas desfavoráveis condições de mercado, impulsionadas, sobretudo, pela concentração do mercado varejista em poderosas redes e pela fusão/dissolução das marcas editoriais em conglomerados de mídia (EPSTEIN, 2001, p. 23).

Partindo da década de 1920, o editor analisa as transformações do mercado norte-americano, “vítima das contradições internas geradas pelas tecnologias emergentes em conflito com as antigas formas de produção” (EPSTEIN, 2001, p. 39). Sua análise das mudanças das casas de editoração,

tradicionalmente de pequeno porte, cunho familiar ou pessoal, em “unidades de corporação impessoais” evoca transfigurações observáveis também no mercado brasileiro a partir do final da década de 1980. Entre suas hipóteses principais, Epstein destaca duas intrinsecamente relacionadas: a) os fluxos migratórios do pós-guerra para os subúrbios e a consequente instalação das grandes lojas em *shoppings*, que, com seus caros aluguéis, exigem alta rotatividade e taxas de giro incompatíveis com a longa, lenta e, com frequência, errática vida dos livros; b) a racionalização e “profissionalização” da indústria por administradores de grandes conglomerados que, em busca de margens mais altas e rápidas de lucro, instauram a dinâmica de apostas de curto prazo com títulos efêmeros e reconhecíveis para venda por impulso, o que implica, em muitos casos, na busca por autores facilmente reconhecíveis, com nomes que funcionem como marcas (EPSTEIN, 2001, p. 102).

Essa primazia pela publicação de best-sellers é avaliada por Epstein como uma “inversão cultural” em um setor cujo maior ativo, capaz de garantir tanto a força financeira como a sua posição cultural, sempre foi a formação de catálogo, compreendida como a seleção e reunião de obras de interesse permanentemente, e evidentemente, capazes de gerar a atração dos leitores. Nesse cenário, em vez de necessários, os best-sellers eram vistos como “golpes de sorte”. Para ilustrar, Epstein recorda um trecho do livro de memórias de Bennett Cerf, em que o cofundador e presidente da Random House escreveu que, ao unir a casa com a Alfred A. Knopf, em 1960, as duas editoras poderiam fechar “pelos próximos vinte anos ou mais e ganhar mais dinheiro do que agora ganhamos, porque

nosso catálogo é como... encontrar ouro na calçada” (EPSTEIN, 2001, p. 31).

As questões lançadas por Jason Epstein nos abrem caminhos para investigarmos a relação entre os processos produtivos e de consumo dos livros e o circuito ideológico das obras, com ênfase nas que podemos categorizar como best-sellers seguindo a metodologia proposta por Muniz Sodré, Sandra Reimão e Umberto Eco, e também refletir sobre como a História do Livro pode propor compreensões acerca dos mecanismos de circulação de ideias e de transformações culturais em momentos historicamente determinados. Para tanto, adotaremos as noções de História Cultural de Roger Chartier, autor francês que salienta que todos os textos (literários ou documentais) devem ser sempre analisados como um sistema “construído consoante categorias, esquemas de percepção e de apreciação, regras de funcionamento, que remetem para as suas próprias condições de produção” (CHARTIER, 2002, p. 63). Dessa forma, as práticas de leitura e estratégias editoriais não podem ser apreendidas como dados objetivos, mas como atividades historicamente produzidas por práticas articuladas (políticas, sociais e discursivas). E, ao analisá-las, torna-se fundamental repensar as relações e intenções entre os produtores intelectuais e seus produtos. Conseqüentemente, reconsiderar a criação estética ou intelectual como fruto ligado unicamente à capacidade de invenção individual de seus autores, sem levar em conta o contexto social e os processos produtivos e as relações de influência e interdeterminação entre autores e obras em momentos históricos específicos (CHARTIER, 2002, p. 35-36).

## Mas, afinal, o que são best-sellers?

---

Para Sandra Reimão, a noção de best-seller tem duas concepções principais: no sentido quantitativo refere-se ao comportamento de vendagem de determinado título em determinado contexto histórico e, em sua segunda acepção, busca refletir sobre os tipos de textos, suas características internas e implicações socioculturais. Para a autora, a literatura de entretenimento ou de massa descende do folhetim, expandiu-se a partir do século XIX e, principalmente, no século XX, e deve ser considerada como um dos primeiros produtos da indústria cultural vinculados à fase monopolista do capitalismo e da sociedade de consumo (REIMÃO, 1996, p. 24). Dessa forma, os títulos mais vendidos em determinado contexto são capazes de sinalizar quais são as temáticas e preocupações dos setores da população que têm acesso aos livros.

Ao estudar as características fundamentais dos livros de grande vendagem em *Best-sellers: A literatura de mercado*, Muniz Sodré resalta os diferentes efeitos ideológicos e as distintas regras de produção entre a literatura designada como “cultura” (institucionalmente e simbolicamente reconhecida como tal) e a de “massa”, cujos estímulos para produção e consumo partem do próprio mercado e são retroalimentados por ele (SODRÉ, 1988, p. 6). Cabe destacar aqui que a qualidade, a relevância ou a recepção do público às obras não são predeterminadas por essas categorias e que, de maneira geral, todos os livros impressos passam por um mesmo modelo de ciclo de vida (ou de comunicação): do autor ao editor (ou livreiro ou livreiro-editor), ao impressor, distribuidor e vendedor até chegar ao leitor. A recepção

do leitor influencia os produtores deste ciclo e o autor (tanto antes como depois da composição). Autores também são leitores, e é a associação entre outros autores e leitores que forja noções de gênero e de estilo, bem como todo o empreendimento literário (DARTON, 1990).

A seguir, resumiremos os aspectos predominantes encontrados nos best-sellers por Sodré, cuja análise enfatiza as características ideológicas presentes em suas condições de produção. Segundo o autor, os quatro principais são:

**1. Mítico:** narrativa engloba diversos arquétipos míticos, transformando os personagens em “tipos modelares”.

**2. Atualidade informativo-jornalística:** entremeada à narrativa, destaca-se a necessidade de informar o leitor de grandes fatos, teorias ou doutrinas pertinentes à época ou às inclinações do autor de forma acessível, a exemplo da linguagem jornalística.

**3. Pedagogismo:** transparece a intenção explícita de ensinar alguma coisa, delimitando claramente a ideologia de seu autor.

**4. Retórica culta ou consagrada:** a linguagem retoma formas e estereótipos já consagrados na literatura sem propor inovações de estilo ou à linguagem nacional. (SODRÉ, 1988, p. 8-9)

Como Sodré evidencia a “persistência do mito” na literatura de massa, podemos buscar a compreensão do conceito a partir da análise de Roland Barthes, que identifica o mito como um sistema de comunicação

socialmente determinado. O mito não se define pelo seu objeto, já que qualquer matéria pode ser arbitrariamente dotada de significação, mas pelo “uso social” com o qual é revestido. Trata-se de falas trabalhadas comunicacionalmente que transmitem intenções e detêm consciência significativa (BARTHES, 2009 p. 200). Ao tornar-se forma, o mito esvazia um sentido anteriormente pleno e o reveste de uma nova significação em uma dupla função que “designa e notifica, faz compreender e impõe” (BARTHES, 2009 p. 208).

Além de característica predominante da literatura de massa, o mito também é visto por Sodré como aspecto importante para analisarmos os gêneros narrativos mais consagrados também entre os títulos de vendagem mais expressiva. De maneira esquemática, sem abranger os prazerosos detalhes das inúmeras obras estudadas pelo autor, podemos destacar as seguintes intenções e objetivos presentes em cada um deles:

- **Romance policial:** identificar e punir o sujeito que rompe o ordenamento jurídico e ameaça a ordem social. O relato parte das investigações do herói (mito) que lança mão de técnicas, procedimentos e soluções (ideológicas) para encontrar este indivíduo que está à margem da ordem social, propiciando ao leitor ilustrações do bem e do mal. Na variante *thriller*, os heróis, sem a civilidade e o cerebralismo dos personagens europeus, apresentam a exemplaridade e a solidão do herói mítico da Antiguidade aliada à violência dos colonizadores norte-americanos. Trata-se de testemunhas privilegiadas de perigosas dinâmicas sociais em novas

mitologias de espaço como os intrincados complexos urbanos.

- **Romance de aventura:** enquanto a narrativa policial parte do fim (crime) para apresentar os fatos que levam ao seu deciframento, a narrativa de aventura é encadeada de acordo com a sucessão dos fatos. O herói é identificado a partir da conquista de determinado espaço.
- **Romance de terror:** variante do gênero de fantasia, os relatos de horror pausatam-se pelo empenho de identificação do corpo biológico e psíquico do sujeito humano. Por meio de problemáticas biológicas e psicológicas, o gênero busca estabelecer critérios universais de normalidade e convenções dos valores cultivados pela ordem social.
- **Romance sentimental:** descendente direto do folhetim que buscava ideologicamente modelar uma imagem confortável (segundo o viés masculino) da mulher, retratada como feiticeira capaz de atrair ou como terna, serena, pura e romântica, uma madona cristã que serve como obstáculo ou meio de realização dos privilégios masculinos. Como gênero específico do elemento feminino, seu projeto ideológico evidencia a normalização amorosa ou sexual de acordo com os preceitos definidos pela moral e pela legislação em vigor por meio das noções correntes de casamento, família e felicidade, por exemplo
- **Ficção científica:** enquanto o romance policial indaga sobre o “eu”, a narrativa de ficção científica transfere essa questão para o “nós”. No gênero, o sujeito (que pode abranger o planeta Terra) é

ameaçado pela tecnologia e/ou ciência. O gênero engloba enredos de vieses mais otimistas, com glorificações da tecnologia/ciência, e de advertência, que podem questionar o fim lógico do estilo civilizatório vigente. Já as narrativas mais pessimistas aprofundam a ruptura com a ordem social estabelecida. Para empreender uma ordem classificatória neste vasto segmento, Muniz Sodré emprega as normas de L. David Allen:

- a) Ficção científica *hard*: baseada nas ciências exatas ou físicas, presente em obras que privilegiam máquinas espaciais e robôs.
- b) Ficção científica *soft*: emprega as ciências humanas e sociais, como antropologia, ciência política e psicologia.
- c) Fantasia científica: estrutura leis naturais diferentes das que se baseiam nas ciências atuais, como as *histórias alternativas* que introduzem elementos mágicos, a *fantasia contracientífica* que recupera modelos científicos anteriores e “antiquados” e histórias de *espada e magia* com aventuras que combinam magia e armas primitivas.
- d) Fantasia: com um universo e conjunto de leis implícitas, diferentes do mundo real.

Nestes enredos, as projeções futuristas ou alternativas marcam a ruptura entre o herói e o universo, mas mantêm-se, como nos demais gêneros analisados, num projeto de busca de melhores parâmetros para a identificação do sujeito humano (SODRÉ, 1988).

Seguindo a classificação de Sodré, poderíamos sintetizar que a literatura

“cultura” enfatiza a forma a despeito do ato de *contar uma história* ou *informar*, buscando a produção de um *sentido totalizante* com relação ao sujeito humano. Ela é marcada pela forte intervenção do autor e busca inovações nas técnicas literárias e consequentes interferências na língua nacional escrita, gerando questionamentos, por vezes radicais, das ideologias que sustentam a realidade habitual. Abstendo-se de explicações mais pedagógicas sobre as chaves interpretativas de seus personagens, as obras exigem que seus leitores também sejam produtores (e não apenas consumidores) dos textos. Sendo assim, é preciso salientar que sua leitura presume certa iniciação no mundo das letras e que sua fruição está diretamente relacionada às diferenças entre classes culturais (SODRÉ, 1988, p. 14-15).

De acordo com Umberto Eco, repetir e justificar o fruir “convencional das coisas tal como se encontram estruturadas no mundo real” é o principal mecanismo de “consolação” da “literatura de grande difusão”. Logo, a literatura de “facilitação” pode ser considerada um fenômeno da psicologia social alicerçada em mecanismos consolatórios como o final feliz, a punição dos “malvados” e a vitória dos bons, capazes de provar que sempre foram bons. “O mais satisfatório consolador é o fato de que tudo continua no mesmo lugar” (ECO, 1970, p. 28).

Por consequência, podemos compreender que, na literatura de massa, não são as reflexões técnicas e de linguagem que assumem o primeiro plano, mas os *conteúdos fabulativos* seguindo a estrutura clássica de princípio-tensão, clímax, desfecho e catarse. A crítica social se revela como um *discurso da história*, algo externo

à ficção destinado a mobilizar a consciência do leitor. Nesse caso, “é o mercado, e não a escola, que preside as condições de produção do texto” (SODRÉ, 1988, p. 15). Polivalentes, os best-sellers podem mesclar em sua constituição diversos elementos dos gêneros acima citados. Outras possibilidades de “receitas” para o sucesso aventadas por Sodré são as de “reduplicar os efeitos de uma grande obra literária anterior”, valer-se de citações e referências constantes à literatura e ao universo da cultura erudita, combinar situações históricas com dados fictícios em linguagem objetiva e clara ou “folhetinizar” fatos reais dotados de potencial dramático” (SODRÉ, 1988, p. 15). Como os demais produtos da indústria cultural, os best-sellers podem ser identificados como “resultado do processo de industrialização mercantil e efeito da ação capitalista sobre a cultura, inscrevendo sempre, portanto, em sua produção, as diretrizes ideológicas dominantes de interpelação do conhecimento do sujeito humano” (SODRÉ, 1988, p. 15). Seguindo essa intenção industrial de atingir um público amplo, a literatura de massa enfatiza a noção de entretenimento apostando na curiosidade dos leitores: “O texto de massa é precisamente o tipo de produto capaz de espicaçar a ‘curiosidade universal’” (SODRÉ, 1988, p. 15). Sem reduzir o estudo de suas características a uma visão redutora e simplista, Sodré problematiza as operações mediadoras da prática editorial ressaltando como esse tipo de literatura acessível pode constituir-se também como ferramenta poderosa de estímulo à leitura e dispositivo de iniciação e de ensino. E, da mesma forma que a produção de nenhum discurso é neutro, Roger Chartier salienta que a recepção da leitura também não pode ser interpretada como uma prática passiva:

Ler, olhar ou escutar são, efetivamente, uma série de atitudes intelectuais que – longe de submeterem o consumidor a todo-poderosa mensagem ideológica e/ou estética que supostamente o deve modelar – permitem na verdade a reapropriação, o desvio, a desconfiança ou resistência. Essa constatação deve levar a repensar totalmente a relação entre o público designado como popular e os produtos historicamente diversos (livros e imagens, sermões e discursos, canções, fotonovelas ou emissões de televisão) propostos para o seu consumo. (CHARTIER, 2002, p. 59-60)

### Um estudo de caso: os best-sellers de iniciação da editora Brasiliense

Fundada em 1943, a editora Brasiliense se destacou no mercado editorial brasileiro em dois momentos históricos: o período da República Populista (1945-1964), marcado pelo florescimento de editoras de posições progressistas, como a Civilização Brasileira, capitaneada por Ênio Silveira, e a reabertura política na década de 1980 com o enfraquecimento da ditadura militar. A primeira fase é marcada pela atuação do editor Caio Prado Júnior, historiador e ativista político, autor de obras que buscavam reinterpretar a realidade nacional, como *Formação do Brasil contemporâneo*, publicada em 1942, e *História econômica do Brasil* e *A revolução brasileira*.

Eleito deputado estadual pelo Partido Comunista do Brasil em São Paulo, Caio Prado Júnior tornou-se alvo da ditadura militar. Ao ter seus direitos políticos

cassados e ser preso, exilou-se no Chile e foi se afastando aos poucos da editora. Estagnada nos últimos anos da década de 1960, mantendo-se principalmente pelas reimpressões das obras completas de Monteiro Lobato, a Brasiliense floresce novamente na década de 1980 sob a nova administração de Caio Graco Prado, filho de Caio Prado Júnior, a partir de 1975 (HALLEWELL, 1985, p. 555-556).

A nova Brasiliense aposta na demanda percebida pelo editor por obras capazes de instigar a curiosidade e de fornecer instrumentos para a formação intelectual de um novo público, constituído por jovens universitários, de classe média, que, segundo o editor Luiz Schwarcz, fazem parte de “uma geração que cresceu durante o regime militar, que não tinha formação política nem formação literária. Não havia lido os clássicos na escola. Era um público novo”, explica em entrevista concedida ao pesquisador Marcello Rollemberg (ROLLEMBERG, 2008, p. 4). Sendo assim, na década de 1980, a editora passa a organizar sua publicação em coleções facilmente identificáveis, com linhas editoriais definidas, formato, logos e slogan próprios.

É importante ressaltar que a nova fase da editora coincide com o crescimento do número de editoras privadas, títulos editados e quantidade de exemplares impressos observados no país entre as décadas de 1970 e 1980 (HALLEWELL, 1985, p. 555). Em 1972, a produção brasileira ultrapassou, pela primeira vez, a barreira de um livro por habitante por ano: com 98 milhões de habitantes, foram produzidos 136 milhões de livros no ano – 1,3 livro por habitante (REIMÃO, 2010, p. 278). Entre 1969 e 1973, a produção nacional triplicou, inserindo o

Brasil entre os dez maiores produtores de livros do mundo. Outros fatores importantes a serem observados no período foram a expansão do público leitor nacional causado pela elevação do poder aquisitivo das classes médias durante o “milagre” econômico e os resultados do esforço de alfabetização no país. O nível de analfabetismo, que era de 46% na década de 1960, caiu para 29% nos anos 1970. Também houve uma expressiva expansão do ensino superior, com o crescimento de 938% das matrículas entre os anos de 1960 e 1972. No decorrer da década de 1970, o número de estudantes universitários passou de 100 mil para 1 milhão (PAIXÃO, 1996, p. 143).

Foi justamente esse crescimento do público universitário — segundo o IBGE eram 7 milhões de jovens entre 19 e 23 anos em uma população de 110 milhões de habitantes — que orientou uma nova estratégia de diversas casas editoriais, como Brasiliense, Zahar, Perspectiva, Paz e Terra e Ática, a investirem em coleções universitárias e paradidáticas (ROLLEMBERG, 2005, p. 31). No caso da Brasiliense, o editor Caio Graco Prado consolidou um novo modelo editorial que visava reunir a produção em coleções para atingir esse novo nicho do mercado brasileiro, o jovem, passando a fornecer uma série de leituras organizadas — inicialmente não ficcionais e depois também ficcionais e poéticas.

Lançada a partir de 1980, a coleção “Primeiros Passos” evoca os “Cadernos do povo brasileiro”, editados por Ênio Silveira desde 1964 na Civilização Brasileira, com títulos como *O que é reforma agrária*, *Como atua o imperialismo ianque?*, *Que é a constituição?* e *Quem é o povo brasileiro?* (HALLEWELL, 1985, p. 452). Formada por

150 títulos, a coleção conta com obras em brochura, formato de bolso (11,5 cm x 16 cm), a preços acessíveis e o seguinte slogan: “Os primeiros passos nós indicamos — o caminho é seu.” Com títulos variados, os livros não possuem mais do que 110 páginas e apresentam introduções a assuntos gerais, de maneira acessível, linguagem e nova roupagem. Logo no primeiro ano, a coleção atinge a marca de 1,4 milhão de exemplares comercializados (HALLEWELL, 1985, p. 556). O primeiro título lançado é o provocativo *O que é socialismo*, de Arnaldo Spindel, e o mais popular, *O que é ideologia*, de Marilena Chauí, que soma 200 mil exemplares vendidos em apenas três anos (ROLLEMBERG, 2008, p. 3). Entre os anos de 1980 e 1984, foram 2,5 milhões de exemplares comercializados, o equivalente, na época, a 25% do faturamento da editora (GALÚCIO, 2009, p. 239).

A ideia para a coleção surgiu em uma reunião da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, a SBPC, em 1972, em Fortaleza, quando Caio Graco observou a vontade dos estudantes em participar dos debates e a falta de conhecimentos básicos de que dispunham para fazê-lo. Para Rollemberg, a atuação explícita a função do editor, capaz de não só perceber o que está acontecendo ao seu redor como de também “decodificar essa ansiedade e transformá-la em livros que saciem essa vontade de leitura”. Aqui também podemos refletir sobre a função social, cultural e política da editoração, ao passo que a ela cabe oferecer ao público leitor, uma elite intelectual afastada do poder, ferramentas que possibilitem concepções de mundo mais condizentes com o momento histórico que vão além, mas que podem também responder e se inserir, aos anseios do mercado (ROLLEMBERG, 2005, p. 11).

De origem latina, surgida na Roma antiga, a palavra “editor” (“edere, “emittere”) tem dois significados semelhantes: “dar à luz” e “publicar”. Nos primeiros séculos após a invenção de tipo móveis de Gutenberg, essa função designava aquele que tinha responsabilidade de multiplicar e cuidar das cópias dos manuscritos. No “antigo regime tipográfico”, os editores-livreiros reuniam as funções comerciais e intelectuais. A noção de editor como temos hoje é fruto das diversas revoluções industriais ocorridas nos processos produtivos do livro do século XIX. Segundo Chartier:

Nos anos 1830, fixa-se a figura do editor que ainda conhecemos. Trata-se de uma profissão de natureza intelectual e comercial que visa buscar textos, encontrar autores, ligá-los ao editor, controlar o processo que vai da impressão da obra até sua distribuição. O editor pode possuir uma gráfica, mas isto não é necessário e, em todo o caso, não é isto que fundamentalmente o define; ele pode também possuir uma livraria, mas tampouco é isso que o define em primeiro lugar. (CHARTIER APUD ROLLEMBERG, 2005, p.22)

Dessa maneira, o profissional do livro desempenha dois papéis, o intelectual e o comercial, garantindo o lucro e a manutenção da casa comercial. Para o editor J. Guinsburg, trata-se de um trabalho ao mesmo tempo individual e também decorrente de estímulos externos: “O meio pode oferecer muita coisa nesse processo, a sociedade em suas transformações culturais e as mudanças de mentalidade impõem posturas diferenciadas, e o editor deve sintetizá-las em relação a sua editora” (ROLLEMBERG, 2005, p. 10).

Em 1984, a coleção “Primeiros Passos” passou a ser coeditada pela Editora Abril, que assumiu a impressão e distribuição de 70 títulos da coleção, e começou a ser comercializada também em bancas de jornal. A partir da união, as vendas em 500 livrarias, com tiragens médias de 3 a 5 mil exemplares, abarcaram 20 mil bancas e tiragens de 100 mil exemplares. O interesse da Abril em divulgar a coleção estava em ampliar seu público leitor. Em entrevista ao *Jornal Mercantil*, Roberto M. Silveira, então diretor da divisão de fascículos da Abril, declarou que “quem se acostumar a ler através da série ‘Primeiros Passos’ estará preparado para consumir praticamente qualquer tipo de literatura” (GALÚCIO, 2009, p. 240).

No improvável best-seller *O que é ideologia*, Marilena Chauí parte da teoria de causalidade de Aristóteles para introduzir o pensamento moderno de Descartes, a noção hegeliana de história e a construção do materialismo histórico de Marx na busca por compreender quais são as origens, fins, mecanismos e efeitos históricos (sociais, econômicos, políticos e culturais) da ideologia. Em seu texto pedagógico e introdutório, expõe que:

Os homens produzem ideias ou representações pelas quais procuram explicar e compreender sua própria vida individual, social, suas relações com a natureza e com o sobrenatural. Em sociedades divididas em classes (e também em castas), nas quais uma das classes explora e domina as outras, essas explicações ou essas ideias e representações serão produzidas e difundidas pela classe dominante para legitimar e assegurar seu poder econômico, social e político. Por esse motivo,

essas ideias ou representações tenderão a esconder dos homens o modo real como suas relações sociais foram produzidas e a origem das formas sociais de exploração econômica e política. Esse ocultamento da realidade social chama-se ideologia. Por seu intermédio, os dominantes legitimam as condições sociais de exploração e de dominação, fazendo com que pareçam verdadeiras e justas. (CHAUÍ, 2017)

Além do sucesso *O que é ideologia*, de Marilena Chauí, destaca-se o inesperado êxito de *O que é dialética*, que, no momento da publicação do 100º título da coleção, contava com 55 mil exemplares comercializados. Na década de 1980, a Brasiliense ocupou a posição de segunda maior editora do país. Já os anos 1990 marcaram o declínio da editora e profundas mudanças no mercado editorial brasileiro, cujas origens e atividades sempre estiveram atreladas a organizações de cunho familiar, centradas em figuras carismáticas. Na nova década, as editoras se profissionalizaram para iniciar então “uma nova racionalidade que privilegiava o sentido das mercadorias ao priorizar setores de divulgação e comercialização, em detrimento de departamentos responsáveis por decisões eminentemente culturais ou especificamente editoriais”, grandes grupos se formaram, por vezes atrelados a empresas externas e grandes conglomerados de mídia, subsidiando as editoras que não se adaptaram ao novo modelo (BORELLI in GALÚCIO, 2009, p. 54). No caso da Brasiliense, é preciso ressaltar a saída do editor Luiz Schwarcz, em 1986, e a repentina morte de Caio Graco, vítima de um acidente em 1992. No obituario do editor, publicado na revista *Veja* em 24 de junho, sua trajetória é acompanhada pelos vultuosos números de venda das

suas coleções. Em 12 anos, a “Primeiros Passos” reuniu 260 títulos e 6 milhões de exemplares vendidos.

## Conclusões

---

Ao pesquisarmos a indústria do livro e os instrumentos relativos ao setor, podemos analisar as relações subjetivas que leitores, editores e autores mantêm entre si e o produto final. Compreendida por Roger Chartier como uma prática encarnada em gestos, espaços e hábitos, a leitura de uma obra nunca é única, mas fruto das normas e convenções próprias a cada comunidade de leitores, diretamente impactadas pelos usos considerados legítimos para o livro, por seus procedimentos de interpretação e pelas ferramentas de que dispõem aqueles que controlam o processo para selecionar, editar e propagar as obras (CHARTIER, 1998, p. 9). Dessa forma, os estudos de catálogo permitem observar “como disposições formais e materiais podem encerrar em si mesmas os índices de diferenciação cultural” e como a seleção, redação e edição revelam estratégias dos produtores de livros para atingir os públicos visados (CHARTIER, 1998, p.35). Para Galúcio:

O espaço editorial é um dos espaços possíveis de realização de projetos. A particularidade dos espaços editoriais tomados como espaços políticos de militância ou de atuação dos intelectuais de oposição e, ainda, como objeto de estudo da história ocorre, portanto, porque são canais de difusão de ideias, consagração de autores, mas também são capazes de revelar a

construção histórica do papel dos intelectuais na sociedade capitalista contemporânea em que pese a reprodução ou não de projetos culturais de editores empresários-militantes. (GALÚCIO, 2009, p. 32)

A partir da análise dos processos produtivos e do circuito ideológico das obras, podemos refletir também sobre as contribuições dos editores para a instituição de visões críticas do mundo social. Para Jason Epstein, a despeito das transformações, a “definidora arte humana de contar histórias sobreviverá à evolução das culturas e de suas instituições como sempre o fez” (EPSTEIN, 2001, p. 13) já que a função do editor é a de “proporcionar as leituras necessárias” (EPSTEIN, 2001, p. 62).

Umberto Eco salienta que a fabricação de livros é um fato industrial, submetido a todas as regras da produção e do consumo, mas ainda se conserva como um indústria capaz de se distinguir por ser um ambiente que possibilita a ação dos “produtores de cultura”, capazes de intervir criticamente no sistema, que costuma ser operado e guiado por grupos econômicos e “executores especializados” com objetivo de oferecer os produtos mais vendáveis. Esses “homens de cultura” seriam para Eco os sujeitos cujo fim primário para atividades não resultariam exclusivamente no lucro, mas na produção de valores capazes de serem difundidos por meio do instrumento livro. (ECO, 1970, p. 50)

Essa proposição de uma intervenção ativa entende as comunidades culturais como “grupo de pressão” em uma cultura de massa em que as produções são realizadas por uma elite de produtores — e não produzidas diretamente pela massa. Para ele,

não há forma de criação “coletiva”, que não seja medida por personalidades mais dotadas que se fazem intérpretes de uma sensibilidade da comunidade onde vivem. Logo, não se exclui a presença de um grupo culto de produtores e de uma massa de fruidores; salvo que a relação, de paternalista, passa a dialética: uns interpretam as exigências e as instâncias dos outros (ECO, 2005, p. 54). ■

[ ANA CAROLINA RAMOS SLADE ]

é mestranda em Comunicação Social pelo PPGCOM UFRJ. Formada em Comunicação Social pela UERJ e UFRJ, trabalha desde 2009 no mercado editorial. Este artigo é parte da sua pesquisa para a tese em História do Livro no Brasil sobre a Editora Brasiliense na década de 1980. Atualmente é Coordenadora de Marketing Digital na Editora Intrínseca. E-mail: [anacslade@gmail.com](mailto:anacslade@gmail.com)

## Referências

---

### Livros

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2009.

CHARTIER, **A ordem dos livros**: Leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1998.

\_\_\_\_\_. A história cultural: Entre práticas e representações. Algés: Difel, 2002.

Chauí, Marilena. **O que é ideologia**. São Paulo: Brasiliense (e-book), 2017.

DARNTON, Robert. **O beijo de Lamourette**: Mídia, cultura e revolução. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1970.

EPSTEIN, Jason. **O negócio do livro: Passado, presente e futuro do mercado editorial**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil**: Sua história. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1985.

PAIXÃO, Fernando. **Momentos do Livro no Brasil**. São Paulo. Ática: 1996.

REIMÃO, Sandra. **Mercado editorial brasileiro: 1960-1990**. São Paulo: Com-Arte: Fapesp, 1996.

\_\_\_\_\_. "Ditadura militar e censura de livros: Brasil (1964-1985)". In: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia (orgs.). **Impresso no Brasil, dois séculos de livros brasileiros**. São Paulo: Unesp, 2010.

SODRÉ, Muniz. **Best-seller**: A literatura de mercado. São Paulo: Ática, 1985.

### Teses acadêmicas

GALÚCIO, Andréa Lemos Xavier. **Civilização Brasileira e Brasiliense**: Trajetórias editoriais, empresários e militância política, 2009.

ROLLEMBERG, Marcello Chami. **Um circo de letras**: A Editora Brasiliense e as transformações sociais, culturais e políticas do Brasil nos anos 80, 2005.

## Artigos

ROLLEMBERG, Marcello Chami. **Um circo de letras:** A Editora Brasiliense no contexto sociocultural dos anos 80. Intercom — Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008.