



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA

Departamento de Letras e Artes

Programa de Pós-Graduação em Literatura e Diversidade Cultural - PpgLDC



ARLÂNIA MARIA REIS DE PINHO MENEZES

**BEST-SELLER, A RELEVÂNCIA
DE UM GÊNERO COMO DESAFIO
DO GOSTO LITERÁRIO:**

Um estudo sobre a obra de Paulo Coelho

ARLÂNIA MARIA REIS DE PINHO MENEZES

**BEST-SELLER, A RELEVÂNCIA
DE UM GÊNERO COMO DESAFIO
DO GOSTO LITERÁRIO:**

Um estudo sobre a obra de Paulo Coelho

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Literatura e Diversidade Cultural, da Universidade Estadual de Feira de Santana, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Literatura e Diversidade Cultural.

ORIENTADOR: Prof. Dr. Adeitalo Manoel Pinho

Feira de Santana-BA
2011

ARLANIA MARIA REIS DE PINHO MENEZES

**BEST-SELLER, A RELEVÂNCIA DE UM GÊNERO
COMO DESAFIO DO GOSTO LITERÁRIO**

Um estudo sobre a obra de Paulo Coelho

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Literatura e Diversidade Cultural - PPGLDC da Universidade Estadual de Feira de Santana - UEFS, como requisito para obtenção do título de Mestre em Literatura.

Aprovada em 22 de agosto de 2011

Prof. Dr. DEITALO MANOEL PINHO
(Orientador - UEFS)

Prof^ª Dr^ª PATRICIA KATIA DA COSTA PINA
UNEB

Prof^ª Dr^ª EDITE LUZIA DE ALMEIDA VASCONCELOS
IFBA

Este trabalho eu dedico aos meus filhos Natália e Vitor Gabriel, ao meu marido Alberto e ao meu neto Gustavo, em favor do perdão pela minha constante ausência.

AGRADECIMENTOS

Uma folha de papel não é suficiente para externar meu sentimento de gratidão a algumas pessoas que estiveram presentes nesta minha caminhada; havia muitas pedras no caminho, e estas pessoas me ajudaram a retirar ou a suportar a dor ao pisá-las. Provavelmente alguém deixará de ser mencionado nesta página, a quem antecipadamente peço perdão, mas agradeço carinhosamente.

Agradeço imensamente a Deus, que foi minha bandeira de luta e de força, renovou minhas energias e não me deixou sucumbir ao cansaço e ao desejo de desistir em decorrência das dificuldades.

Agradeço a Alberto, meu marido e companheiro, e a meus filhos Natália e Vitor Gabriel, grandes incentivadores, que não me deixaram enfraquecer pelo medo ou pelo cansaço, que sempre acreditaram que eu seria capaz de ir até o fim, que suportaram com amor e firmeza minhas ausências, meus destemperos e minhas insanidades. Amo vocês!

Agradeço aos meus pais e aos meus irmãos, pelo carinho e apoio recebido. Sinto-me gratificada pela família maravilhosa que Deus planejou para minha vida. Agradeço a todos os familiares que estiveram torcendo por mim. Essa grande família *Reis de Pinho*, valente e guerreira.

Agradeço aos amigos que acompanharam minha jornada torcendo pelo meu sucesso. Mas não posso deixar de mencionar meu cunhado Ailton Lima (Ailtinho) e Adeliene Teles Vilas Boa, uma amiga-mãe, que vibrou e participou de perto dessa minha vitória.

Agradeço também a Elisangela Maria dos Santos, colega de Curso, mas que se tornou uma grande amiga e companheira em todas as horas de alegrias e dificuldades. Amigas para sempre!

Agradeço calorosamente ao meu orientador, Professor Adeitalo Manoel Pinho; e a todas as pessoas que trabalham nessa Instituição (Coordenador, professores, secretários, serventes) que estiveram presente durante esse período.

Todos vocês, cada um em sua particularidade de ação, foram relevantes para que eu pudesse caminhar mais leve e mais firme. Obrigada!!

RESUMO

O presente trabalho pretende analisar quais os elementos que servem de base para o sucesso dos *Best-Sellers*, tanto em vendas quanto em recepção, destacando suas características básicas, bem como, sua relevância sobre o gosto do consumidor-leitor. *Best-Seller* é um livro que tem milhares de cópias vendidas, tradução para vários idiomas, é sucesso de vendas (portanto, produto de mercado), cujas características estruturais e temáticas estão bastante próximas da narrativa trivial. Entretanto, por estar fora dos padrões institucionalizados, este gênero é visto como subcultura e o seu leitor, conseqüentemente, também é desclassificado. Utilizando-se de estudos teóricos sobre o conceito de *Best-Seller*, narrativa trivial, mercado editorial, recepção e o gosto (ou preferências) do leitor, foi realizado um mapeamento sobre esse tipo de narrativa; para isso, analisou-se alguns romances do escritor Paulo Coelho, objeto de estudo como escritor de *Best-Sellers*, levando-se em conta que este, apesar do grande sucesso em produção, vendas e recepção, passa pelo crivo da crítica literária como um não-escritor. Essa reflexão sobre as divergências e novidades literárias surgidas na contemporaneidade, que circulam positivamente receptivas, é necessária para situá-las num espaço social e literário. E o *Best-Seller* encontra-se nessa posição de divergência, visto que não é um gênero institucionalizado, portanto não segue “as regras” que determinam uma narrativa enquanto Literatura.

Palavras-chave: *Best-Seller*. Narrativa trivial. Gosto literário. Mercado. Paulo Coelho.

ABSTRACT

This work intends to analyze the elements that underpin the success of best sellers, both in sales and in reception, highlighting their basic characteristics, as well as their relevance to the taste of the consumer-reader. Best-Seller is a book that has sold thousands of copies, translations into several languages, is sales success (thus, the product market), whose structural characteristics and themes of the narrative is quite close to trivial. However, to be out of institutionalized patterns, this genre is seen as a subculture and its reader, consequently, is also disqualified. Using the theoretical studies on the concept of Best-Seller, narrative trivial, publishing, receiving and taste (or preference) of the reader, a mapping was performed on this type of narrative, for this, we analyzed some novels of the writer Paulo Coelho, an object of study as a writer of best-sellers, taking into account that, despite the great success in production, sales and reception, passes the scrutiny of literary criticism as a non-writer. This reflection on the differences and emerged in contemporary literary novelties, which circulate positively receptive, it is necessary to situate them within a social and literary. And the Best-Seller is in that position of conflict, as a genre is not institutionalized, so it follows the "rules" that determine a narrative as literature.

Keywords: Best-Seller. Narrative trivial. Literary taste. Market. Paulo Coelho.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 DO FOLHETIM AO BEST-SELLER: UMA ABORDAGEM HISTÓRICA	15
2.1 REFLEXÕES SOBRE O CONCEITO DE <i>BEST-SELLER</i>	23
2.2 TRIVIALIDADE NARRATIVA: ELEMENTO RELEVANTE PARA O SUCESSO DO <i>BEST-SELLER</i>	30
3 O BEST-SELLER NO MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO	37
3.1 O MERCADO LIVREIRO FORTALECENDO A DICOTOMIA: LITERATURA CULTA E LITERATURA DE MASSA	50
3.2 A FORÇA DO MARKETING LITERÁRIO PARA O MERCADO LIVREIRO	56
3.2.1 A propaganda e a Internet elevando a popularidade do livro	59
4 PAULO COELHO: UM FENÔMENO ENTRE OS BEST-SELLERS	65
4.1 NARRATIVA TRIVIAL: SINÔNIMO DE POPULARIDADE DO <i>BEST-SELLER</i>	70
4.2 A FORÇA DA TEMÁTICA MÍTICO-RELIGIOSA	76
4.3 UMA NARRATIVA TRIVIAL E A PRESENÇA DO MITO DO HERÓI	78
5 PAULO COELHO EM ANÁLISE	88
5.1 A POESIA NA PROSA DE “O ALQUIMISTA”	90
5.1.1 Reflexões críticas sobre o romance	97
5.2 CONFLITOS EXISTENCIAIS E RELIGIOSOS EM “O DEMÔNIO E SRTA. PRYM”	103
5.2.1 Uma análise do romance partindo do conceito do existencialismo	111
5.3 A HEROÍNA PÓS-MODERNA DE “ONZE MINUTOS”	115
5.3.2 O diário de Maria: intimidades e conflitos revelados	117
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	125
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	134

1 Introdução

A literatura tem uma característica marcante: o de “deformar” a linguagem comum, de várias maneiras, para torná-la encantadora, para transformá-la em “desejo” utilizando-se de variados artificios; ou, como diz Terry Eagleton, “sob a pressão dos artificios literários, a linguagem comum é [grifo meu] intensificada, condensada, torcida, reduzida, ampliada, invertida (2006, p.05). Portanto, a literatura tem como norte renovar nossas reações habituais, tornando-as mais desejáveis, perceptíveis. Nesse contexto, implica dizer, concordando com Eagleton, que “não existe uma ‘essência’ da literatura” (p.13), já que qualquer texto pode ser lido tanto por um objetivo específico, como poeticamente, ou não-pragmaticamente, isto é, sem nenhuma finalidade prática.

A literatura, porém, tem “um passado”, tem uma história temporal e atemporal, tem status, possui regras, classificações. Do seu nascimento até hoje, passou por algumas modificações, recebeu muitas influências, novos estilos de escritas, uns mais “caros” que outros; criou-se, inclusive, preconceitos de maior ou menor valia em relação aos gêneros que iam surgindo, fazendo “do novo” um empecilho para a manutenção do “velho”, ou seja, do passado literário; algo refutável, pois a tradição nunca deixará de existir, mesmo que, entretanto, não se possa mantê-la como única fonte diante de um presente tão fugaz, tão efêmero e controverso.

Hoje, mais que no passado, produz-se muito, em grande quantidade e velocidade, quando um novo estilo cai, outros surgem, como um modismo. Vive-se a era do mercado literário, da indústria cultural (como veremos no capítulo II desta pesquisa). Porém, essa é a negatividade do novo tempo literário: não ter longevidade, uma antítese do que ocorre com os textos (considerados bons) do passado, onde se escreveram obras que se eternizaram, que

serão sempre novas a cada leitura. Grande parte das obras que foram publicadas neste século, ao contrário, será esquecida mais rápida, como seus autores. Esse não é o mote dessa pesquisa, mas é algo que fica visível para qualquer pesquisador que envereda nessa linha temática.

Mas levando em conta o grande número de publicações produzidas atualmente, estudar a atual literatura implica libertar-se de valores pré-estabelecidos e enfrentar o desafio de pensar novas possibilidades teóricas para se ler esse grande número de novidades que surgem aceleradamente. Isso significa assumir novas posições, forjar novas ferramentas, e encarar sem preconceitos a literatura contemporânea. Nesse contexto, essa pesquisa norteia-se para os romances *Best-Sellers*, particularmente os de Paulo Coelho, para refletir sobre o porquê do contínuo sucesso do autor, já que o mesmo passa pelo crivo da crítica literária como um não-escritor, apesar com toda a trajetória de produção, recepção e prêmios conquistados (que veremos mais detalhadamente no capítulo III). Esta pesquisa, através da análise de alguns de seus romances (capítulo IV), verificará se o autor também se encaixa na conceituação de Best-Seller enquanto gênero literário.

Dito isso, é preciso esclarecer que o fato desta pesquisadora lidar, como professora de Literatura e Língua Portuguesa, com jovens entre 13 e 20 anos, numa sala de aula há mais de quinze anos, trouxe-lhe bastante experiência, bem como muito desconforto por ouvir coisas do tipo: “Para que serve literatura”? “Por que temos que ler esses livros”? Entre um diálogo e outro acaba-se conquistando boa parte desses alunos, entretanto, em relação aos romances que estes “devem” ler durante o percurso do ensino médio – seguindo-se aqui uma “determinação” curricular – existe uma restrição muito grande, além disso; geralmente a escola não possui livros suficientes, ou nem os possui. Surge, então, a necessidade de se projetar novas formas de fazê-los conhecer as obras literárias e seus autores. Porém, existe um vácuo difícil de ser preenchido: o aluno tem o seu próprio gosto literário, isso foi observado

durante esses longos anos de magistério; solicitar a leitura de autores canônicos é possível, a leitura por parte deste é outra história...

Esse “vácuo” foi se tornando um “buraco” imenso no caminho dessa docente, que do desconforto passou a reflexões, procurou encontrar soluções junto aos jovens estudantes verificando o tipo de leitura que eles gostariam de fazer. A diversidade “do gosto” não é homogênea, mas ficou claro que os campeões na preferência dos discentes são os Best-Sellers, narrativas de ficção com histórias de um herói que, sendo do bem, pode até mesmo ser um bruxo, um vampiro, capaz de vencer os obstáculos no final da trama, coroado por uma relação amorosa. Em relação a esse “gosto literário”, o refletiremos na perspectiva de Kant, que o vê como uma “faculdade de juízo de um objeto ou de um modo de representação mediante complacência ou uma descomplacência independente de todo interesse” (2010, p.55), portanto, um juízo de gosto é expresso de forma livre, já que é efetuado de forma desinteressada.

Os anos de magistério foram se arrastando e, mesmo tendo noção de que era preciso encontrar uma forma de fazer mudanças para melhorar o interesse dos alunos, a professora não o fez, existiram (existem) muitos empecilhos entre o conhecimento e a ação, entre o desejo e a “obrigação”. O de concreto realizado foi apenas um olhar menos denso sobre a exigência na leitura dos cânones, que não deixou de ser realizada (e é claro que não deve), cada aula torna-se uma tentativa de realização de um trabalho mais eficiente em relação à leitura, vive-se uma constante conquista levando-se sempre em conta a preferência dos discentes paralela ao estudo dos “períodos literários”.

Partiu daí o envolvimento desta pesquisadora com o estudo dos Best-Sellers. Mas foi durante o Curso de Especialização em Estudos Literários que esse envolvimento tornou-se mais intenso quando, após ouvir o “discurso” de um professor, que pareceu preconceituoso, sobre Paulo Coelho, obteve conhecimento de que o autor brasileiro era um dos que mais

vendia livros fora do país. Pareceu-lhe uma incoerência por parte daquele professor que “atirava pedras” num escritor que era veemente defendido por uma aluna leitora do mesmo. Juntando isso ao “incômodo” já existente, essa pesquisadora resolveu fazer um trabalho voltado para o estudo sobre Best-Seller, um gênero geralmente visto como “inferior” pela crítica literária, ou que está à margem do que se convencionou chamar de Literatura.

A escolha do autor Paulo Coelho deveu-se àquela discussão entre professor/aluna na sala de pós-graduação da UNEB, campus II, em Alagoinhas, bem como ao fato de, após pesquisar sobre o autor, certificar-se de que este era realmente um, entre os autores brasileiros, dos mais lido do mundo e dos mais vendido no Brasil. Que tipo de narrativa é essa que atrai tantos leitores e torna seu autor rico e famoso? Que caminhos foram enveredados pelo autor para chegar a este status de mais vendido, de Best-Seller? Naquele período a pesquisa arrastou-se pelos caminhos da auto-ajuda, mas não satisfez a pesquisadora que, agora no Mestrado, mais amadurecida, percorre outros caminhos teóricos para fundamentar seu estudo. Não foi fácil nem segura a caminhada, ao contrário, foi desgastante, confusa e complicada, principalmente por não se encontrar estudos de aprofundamento literário (nem positivos) sobre o autor Paulo Coelho, muito menos aporte teórico que se pudesse adequar ao mesmo.

Existe um grande “descompasso” entre a Literatura e a imensidade de “narrativas fora do padrão” que a cerca, um descompasso que beira a preconceito por grande parte da crítica literária, professores e intelectuais, abordado neste trabalho. Porém, a pesquisa foi realizada, e não está completa, pois outros estudos devem ser realizados para que se possa colocar essas narrativas em outro espaço que não seja apenas a margem da Literatura, isto porque se está falando de narrativas que tem milhões de leitores pelo mundo.

Grande parte dos textos que o mercado oferece, hoje, e que estão fora dos padrões literários institucionalizado, é considerada de “menor valor”, é o caso da literatura de massa

e/ou Best-Sellers como os de Paulo Coelho, Apesar disso, eles estão sendo consumidos por milhares de leitores ávidos por uma leitura mais fácil de ser entendida, ou que possa se identificar, como se pudesse viver a história contada, se identificar com o personagem. São narrativas consumidas mais rapidamente, diariamente, por vários tipos de leitores, e não apenas por aqueles considerados “menos cultos” ou medianos– para se usar um eufemismo, mas por “qualquer” indivíduo. Essa foi uma visão do passado, desde Sócrates, de que o popular não era culto, mas que vem se desfazendo, e trazendo para o cenário literário uma grande abertura para novos estilos de escritura e de público leitor.

Se existir preconceito, então como analisar imparcialmente uma obra que não é considerada literatura, como a de Paulo Coelho? Não existem elementos firmes para que isso ocorra. Um pesquisador ou qualquer escritor da literatura contemporânea pode se sentir inseguro por não ter parâmetros claros capazes de avaliar sua obra, já que toda obra de arte institucionalizada é justamente a reinvenção dos parâmetros tradicionais e a manutenção das formas cristalizadas. Nesse contexto, pelo menos em relação ao que se pretende trabalhar em sala de aula, apenas os cânones seriam re-lidos e analisados, não haveria espaço para uma discussão sobre outros tipos de escritura.

Destarte, a insegurança, e a diluição de tudo que é sólido são justamente características da Modernidade. Portanto, a inclusão de novos parâmetros para se olhar a literatura se torna necessário. Essa pesquisa mapeou um diagnóstico sobre a circularidade da narrativa literária, partindo da inserção do romance na literatura brasileira até o seu status de Best-Seller na contemporaneidade, utilizando-se de pesquisa bibliográfica sobre narrativa trivial, mercado editorial, recepção estética pelo leitor ou relação leitor/texto, e sobre a dicotomia Literatura (erudita) e literatura (popular), utilizando, entre outros autores, Flavio Kothe, Regina Zilberman, Roger Chartier, Muniz Sodré, Marcia Abreu, Umberto Eco, Sebastien Joachim,

Roland Barthes, Halime Musser. Além de livros, romances, revistas e a biografia do autor Paulo Coelho, foram realizadas pesquisas através da internet.

Na atual demanda de textos que se multiplicam e se fazem presentes na vida de um grande público leitor, existem alguns que merecem destaque pelo sucesso que mantêm por algumas décadas, como os livros do autor escolhido: Paulo Coelho, um dos poucos autores brasileiros com tamanha fama internacional, e que por isso é objeto de estudo dessa pesquisa, levando-se em conta que ele é, hoje, o escritor nacional de maior sucesso de vendas e recepção literária no mundo global. No primeiro capítulo far-se-á uma abordagem histórica sobre os caminhos percorridos pelos folhetins até o status de Best-Seller, inserindo-se nele uma reflexão sobre conceito e características do mesmo. No segundo capítulo, será efetuada uma discussão acerca do mercado editorial (livreiro) como referência para o processo de vendas e circularidade de narrativa como o best-seller. O capítulo três discorrerá sobre o escritor Coelho: sua trajetória de vida e obra: características, linguagem, estratégias de venda (o marketing), temáticas. E no quarto capítulo será realizada a análise, levando em conta as teorias estudadas, de três de seus romances: *O Alquimista*, *O Demônio e Srta. Prym*, e *Onze Minutos*. Logo depois vêm as considerações finais e referências bibliográficas.

Essa reflexão sobre as divergências e novidades literárias surgidas na contemporaneidade, que circulam positivamente receptivas, é necessária para situá-las num espaço social, intelectual e literário. E o *Best-Seller* encontra-se nessa posição de divergência, posto que não é um gênero institucionalizado, portanto não segue “as regras” que determinam uma narrativa como Literatura. Sua importância é muito mais social, já que tem milhões de leitores pelo mundo. Nesse contexto, não pode ser ignorado.

2 DO FOLHETIM AO BEST-SELLER: UMA ABORDAGEM HISTÓRICA

Desde o seu surgimento no Brasil em meados do século XVIII (com “O filho do pescador,” 1843, de Antonio Gonçalves Teixeira e Souza), até os dias atuais, o romance passou por várias transformações, desde a ruptura com os clássicos até a “influência caseira e dengosa, que leva o escritor a prefigurar um público de mulheres e a ele se ajustar” (COUTINHO, 1997, p.229); utilizando-se, inclusive de uma certa pieguice e tom de crônica de fácil humor de escritores como Macedo, Alencar e até Machado de Assis, ainda na visão de Coutinho. O romance reflete mais uma verossimilhança com a realidade do leitor; age como uma narrativa sem fronteiras, onde o ser humano é fragmentado e se individualiza. As inovações ocorridas na estrutura e temáticas do romance acompanharam o tempo e as novidades que também foram surgindo na sociedade.

Todas as mudanças que ocorreram desde o surgimento do romance, a partir do Romantismo, até a atualidade, contribuíram para um “deslocamento” dos valores e conceitos existentes, já que a sociedade perdeu o “centro”¹. A fixidez não é uma ação contemporânea, já que as mudanças que ocorreram e ocorrem hoje são efêmeras e contínuas. Há, agora, uma constante tensão entre o relativismo e o universalismo. E tudo isso, conseqüentemente, levou as narrativas a terem por pressuposto a manifestação da diversidade, da pluralidade dos modos de vida, construção de “novas” identidades que se constituem de referências étnicas, culturais, religiosas, de gênero, sociais.

A narrativa da atualidade busca saídas para a possibilidade de se contar novas histórias, sem se deixar levar pela “pressão” das estruturas já cristalizadas. Nesse contexto, surgem novos estilos de escritura, de elementos culturais, temáticas diferentes, uma nova

¹ BLOOM, Harold. O cânone Ocidental: os livros e a escola do tempo. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001, p.11.

maneira de se pensar e de pensar a literatura, e toda essa heterogeneidade corrobora para o uso da auto-referenciação, isto é, de aspectos estilísticos e ideológicos próprios.

Destarte, não é possível, nos dias atuais, ater-se a preconceitos literários, já que as inovações são peculiares a esse novo tempo em que se vive, um tempo de mudanças contínuas, que libera inspirações novas. A passagem do tempo vai trazendo novos escritores, e novos estilos de escrituras, que alcançam um grande número de público leitor; esses escritores trazem um novo fazer literário, como o *Best-Seller*, destituído da tradição, mas envolvido nesta, pois a Literatura e as escrituras vistas como não-literatura estão de qualquer forma bastante envolvidas uma na outra, mesmo com todas “diferenças”. Entre esses autores podemos citar Sidney Sheldon, escritor americano nascido em Chicago que, além de seriados para a T.V., também escreveu romances que viraram símbolo do *Best-Seller*, como *O outro lado da meia noite* (1974)²; Richard Bach, nascido em Illinois (E.U.A.), piloto reserva da Força Aérea, motivo provável de a maioria de seus livros envolverem o vôo, seja de forma física, seja de forma metafórica, tornou-se Best-Seller mundial, sendo *Fernão capelo Gaivota* (Jonatha Livingston Gaivota) um de seus livros mais conhecidos³; Stephenie Meyer, escritora da série *Crepúsculo*, que virou uma febre entre os jovens do mundo inteiro, cuja repercussão levou-a a ser classificada pela Revista Time como uma das 100 pessoas mais influentes do mundo (ficou em 49º lugar)⁴; Dan Brown, nascido em New Hampshire (E.U.A.) é escritor do polêmico *O código da Vinci* (2004), um romance policial que envolve desde grandes organizações católicas como, como a Opus Dei, por exemplo, até sociedade secreta como Priorado de Sião⁵; Nelson Rodrigues, dramaturgo brasileiro, nascido em Recife (1912), foi

² Dados disponíveis em: www.educacao.uol.com.br. Acessado em 13/08/2011.

³ Dados disponíveis em: www.pensador.uol.com.br/autor/richard_bach/biografia/ Acessado em 18/08/2011.

⁴ Dados disponíveis em: www.pensador.uol.com.br/autor/stephenie_meyer/biografia/ Acessado em 18/08/2011.

⁵ Dados disponíveis em: www.investigacoeseconhecimentos.blogspot.com/2009/07/biografia-dan-brown.html. Acessado em: 14/08/2011.

considerado, ao mesmo tempo, imoral e moralista, reacionário e pornográfico, um gênio e um charlatão, revolucionou a Literatura através da exploração da vida cotidiana do subúrbio do Rio de Janeiro, com temáticas que iam desde o incesto, crimes, suicídios a amores obsessivos e doentios, carregados de tragédia e humor, como *Vestido de noiva* (1943)⁶; Paulo Coelho, escritor brasileiro nascido no Rio de Janeiro, que depois de alcançar sucesso como compositor ao lado de Raul seixas, escreveu vários livros que se tornaram sucesso mundial, como *O Alquimista*.

Entretanto, para se estudar o romance nacional que se enquadra na posição de *Best-Seller*, é viável ver como se deu a inserção do romance no Brasil e as mudanças que foram ocorrendo na sua estrutura, produção e posição no mercado industrial brasileiro, bem como se relaciona com seu público leitor. Nesse contexto, partiremos do Romantismo, por este ser um período de grande relevância para a literatura brasileira não apenas no que concerne à visibilidade das questões nacionais, políticas, sociais, mas, principalmente, pela consolidação desse tipo de narrativa enquanto gênero literário, bem como a sua progressão até os dias atuais, que é o que motiva essa pesquisa: o romance como best-seller, que não deixa de ser um desafio (na contemporaneidade) ao romance da Literatura com letra maiúscula (institucionalizada, canônica, erudita...).

Quando em meados do século XVIII surgiu este novo fazer literário, o romance, causou “polêmica” no mundo das letras, principalmente porque destronava o então gênero visto como superior, a poesia, e porque seria um meio de levar os leitores a agirem de forma “inconveniente”, já que fugia das regras impostas para a literatura. Causou um longo processo de discussões entre os estudiosos que se posicionaram favorável ao novo gênero, que o defenderam ou o justificaram e os que se colocaram contra, que defendiam a ideia de que

⁶ Dados disponíveis em: www.wook.pt/authors/detail/id/16087. Acessado em 14/08/2011.

essa era uma leitura perigosa porque podia levar os leitores a se corromperem ao tomar contato com situações moralmente condenáveis. Sendo assim, as restrições contra o romance não eram apenas de ordem estética, mas também moral e social, ou como analisa Vasconcelos:

As restrições que o romance enfrentou, portanto, foram de natureza moral, uma vez que o gênero era visto como corruptor de costumes pelos moralistas de plantão; foram também de ordem estética, já que o romance por ser gênero novo e sem nenhuma tradição, era tratado com desdém pelos homens de letras; e foram sociais, pela associação quase imediata entre o romance e a nascente burguesia e sua visão de mundo (2005, p.210).

Qualquer novidade sempre causa *frisson*, principalmente se foge do cotidiano – ou passa por cima de regras já estabelecidas, isso acontece em qualquer instância, em qualquer tempo, mesmo no mundo atual, onde tantas mudanças ocorrem de forma acelerada. O romance, nesse período era visto como “corruptor” da moral e dos bons costumes:

Como o romance era uma novidade, ele parecia muito pior do que os gêneros clássicos, como a epopéia, a tragédia, ou os poemas líricos. O romance era um gênero novo e, portanto, não tinha tradição nem antepassados nobres. Isso era particularmente importante, pois, naquela época, os critérios para definição do “bom” ou “mau” desempenho dos escritores estavam registrados em Poéticas e Retóricas. Como elas não diziam uma palavra sobre romances, eles não podiam ser escritas de valor. Bom mesmo era ler Eurípedes, Sófocles ou Virgílio (ABREU, 2006, p.105).

A ideia de que o romance seria um perigo, principalmente para a juventude, não impediu sua consolidação enquanto gênero. Mesmo que, inicialmente, tenha sido visto com preconceito, inferiorizado, conquistou seu espaço e ganhou *status* literário; mas não se pode negar, entretanto, que sua popularidade cresceu bastante com a inserção dos folhetins nos jornais da época. Entretanto, foi relevante que alguém ou alguma instância socialmente reconhecida, como as Poéticas e Retóricas no seu tempo, registrasse algo positivo em relação ao romance para que ele pudesse ser aceito.

No Brasil, a chegada dos folhetins (século XIX) coincidiu com a ampliação do processo de impressão de livros; e não apenas ampliou o público leitor de jornais como também o público de literatura no país. Inicialmente, os folhetins publicados aqui eram

traduções de obras estrangeiras; posteriormente, foram lançadas produções nacionais, como José de Alencar, Joaquim Manuel de Macedo. No Brasil dos anos de 1940, Nelson Rodrigues, sob o pseudônimo de Suzana Flag, escreveu romances em forma de folhetins para os jornais de Chateaubriand⁷; Na década de 1970 a revista feminina “Grande Hotel”, através de sua editora Casa Editora Vecchi lançou alguns folhetins traduzidos de alguns autores franceses como, *Sublime Sacrificio*, de Mario D’Ancome, em edições encartadas em fascículos, em edição semanal; no final, a editora oferecia a capa para a encadernação. Nesse mesmo período, a Revista Capricho publicou o folhetim *Terra do sol e Nenê Bonet* (1980), ambos da novelista Janete Clair⁸.

O primeiro romance-folhetim brasileiro foi “A Moreninha” (1844), de Joaquim Manuel de Macedo, que retrata os costumes da alta sociedade carioca dos meados do século XIX e se insere na vertente do romance “açucarado” [grifo nosso] onde um grande amor, depois de passar por alguns suspenses e desencontros, acaba se realizando e ocorre o desejado final feliz. Aqui, já se percebe os primeiros ensaios para a manutenção de narrativas com viés na cotidianidade e trivialidade da vida humana que são sucessos na atualidade.

Os folhetins acabaram se firmando como sucessor do romance barroco do século XVII onde “predominavam a imaginação livre e os heróis com suas aventuras” (SODRÉ, 1998, p.23); desapareceu no século XX, enquanto o romance evoluía e modificava sua estrutura. O público leitor dessa época que era formado, principalmente, por mulheres, também incluía comerciantes, estudantes, funcionários públicos e militares.

⁷ Dono de um império jornalístico, os Diários Associados, que chegou a reunir dezenas de jornais, revistas e estações de rádio. Chantô, como ficou conhecido, deu oportunidades a escritores e artistas desconhecidos em sua época, como Graça Aranha, por exemplo. Disponível em: www.educacao.uol.com.br/biografias. Acessado em 12/07/2011.

⁸ Disponível em: <http://www.pt.wikipedia.org/wiki/folhetim>. Acessado em: 23/07/2011.

Muito mais que a poesia, o romance traduziu o espírito nacionalista e o desejo de “elevar” a cultura autóctone que comungava com o desejo de “redescobrir” os espaços nacionais, que deram origem aos romances indianistas, históricos, regionalistas e urbanos. Um dos autores que mais incluiu esses espaços em sua obra foi José de Alencar, que já em sua época teve grande sucesso de público e venda de livros; nessa perspectiva, alguns de seus romances pode até serem vistos como best-sellers.

Desde meados do século XVIII, o romance passou a fazer parte das práticas de seus escritores e da leitura por seus receptores, foi conquistando maior número de leitores a cada dia. É, assim, que vai ganhando espaço em tipografias, editoras, livrarias; vai progressivamente se destacando na produção editorial, no comércio livreiro e nas leituras literárias. Apesar do preconceito, herança européia, este gênero acabou se firmando por encontrar no leitor um consumidor em potencial; esse novo público leitor garantiu a manutenção do romance no mercado editorial:

Talvez pela relativa expansão no número de leitores na segunda parte do século XVIII, que ampliou o público para além do restrito círculo dos homens de letras, os censores imaginavam que a maior parte dos leitores se enquadrava na categoria dos “espíritos fracos e superficiais” que tudo crêem. Gente de pouca instrução formal – dentre os quais incluem a “Mocidade Portuguesa” –, tida como altamente influenciável e que, necessita, portanto, da supervisão dos homens cultos para a seleção do que se pode ler. (ABREU, 2005, p.195)

Pode-se afirmar que os romances brasileiros são análogos aos romances europeus em relação a sua estrutura folhetinesca: início – meio – fim, segundo a ordem cronológica dos fatos; porém nem todos os escritores, escreviam necessariamente nessa ordem, a exemplo de José de Alencar e o romance *Senhora* que é dividido em quatro partes e não obedece a uma ordem cronológica: a primeira parte, *O preço*, narra os episódios atuais, e a segunda, *Quitação*, parte faz um *flash-back* da vida da protagonista Aurélia, portanto, retorna ao passado.

Os romances da era romântica pareciam unir o útil ao agradável, pois além da estrutura cronológica de começo-meio-fim, apresentam, também, os hábitos e costumes da

sociedade burguesa, ambientados em cenários facilmente identificáveis pelo leitor (teatros, cafés, ruas cariocas...). Observando os romances de hoje, mas precisamente o objeto de interesse dessa pesquisa que é o Best-Seller, as diferenças que se percebe dizem respeito aos temas abordados (que se inserem na atualidade), a clareza da narrativa, bem como a intenção de entretenimento. Entretanto, o grande diferencial é o mercado, que com o desenvolvimento tecnológico de produção e impressão corroborou para uma circularidade maior e, conseqüentemente, para a popularização do mesmo.

Os interesses literários voltaram-se mais para a preferência do leitor, seu gosto e desejo, afastando-se um pouco da leitura veiculada pelas instituições de ensino, ou seja, da literatura canonizada, isto contribuiu para a inserção de novos gêneros literários: “sua predileção [do leitor] por determinados tipos de obra provocou o aparecimento e consolidação de certos gêneros artísticos, tanto quanto induziu à adoção de medidas pedagógicas” (ZILBERMAN, 2001, p.73). Foi nesse período também que ocorreu a emancipação do escritor, que agora já tem mais liberdade para escrever, vai desligando-se do mecenato, mesmo que ainda esteja envolvido com interesses da classe dominante; e os mecanismos de difusão das obras são agora melhores e mais rápidos em virtude do avanço tecnológico de impressão de livros.

Destarte, pode-se afirmar que o Best-Seller, “herdeiro” do romance-folhetim, levando-se em conta o fato de possuírem estrutura temática e estilística semelhantes, é considerado como subliteratura pela maioria dos críticos, por ser menos elaborado do que o romance propriamente dito; isto, porém, não quer dizer que todo livro considerado Best-Seller seja “subliterário”. Quando do seu surgimento, o romance foi mal recebido por não fazer parte da tradição, por ser lido por gente “com pouca instrução”, todavia, o público leitor e a sua recepção positiva a este, permitiu que o mesmo se consolidasse. Via-se como negativa a leitura do romance naquele tempo; hoje, porém, incentiva-se os jovens a lerem os romances

antigos e condena-se a leitura de histórias em quadrinhos, romances de banca de jornal como *Sabrina*, *Julia*, *Momentos Íntimos* e a maioria dos *Best-Sellers*, porque estes não seriam leituras sérias, que levariam ao conhecimento, podiam incitar a violência, o erotismo e sentimentalismos:

Atualmente os jovens são estimulados a ler os romances antigos – justamente aqueles que eram tão perseguidos – enquanto se condena a leitura de histórias em quadrinhos ou de romances de banca de jornal, utilizando-se argumentos muito parecidos com os que se usavam para condenar a leitura dos romances; não se deve ler *Sabrina*, pois os enredos estimulam a imaginação sentimental e erótica [...] (ABREU, p.106-7)

O autor Paulo Coelho, foi escolhido para a pesquisa por ser um dos autores mais representativos do gênero *Best-Seller*, levando-se em conta recepção, tradução e vendas. De acordo com a biografia do autor, escrita por Morais (2008, p.611), ele já vendeu 100 milhões de cópias ao redor do mundo, tendo todos os títulos distribuídos em mais de 160 países e traduzidos para 66 idiomas diferentes. Além dos livros, também escreve para o teatro, jornais e revistas, inclusive estrangeiras, como a revista alemã *TV Horen und sehen*⁹ (da editora Bauer), onde tinha coluna mensal. Entretanto, figura entre os que não devem ser lidos, ou são “mal vistos” pelos críticos literários.

Levar em conta os caminhos do romance na história da literatura fez-se necessário porque se acredita neste como alicerce do *Best-Seller*, enveredando pelos caminhos percorridos pelos folhetins. Por serem fragmentados, expostos diariamente, com histórias de mocinhas, heróis, amores impossíveis, aventuras românticas, os romances-folhetins tinham como público principal, as mulheres, e aqueles que buscavam entretenimento. Os *Best-Sellers*, também se encontram nesse caminho, já que “a característica mais fundamental de qualquer Best-Seller é o entretenimento. Do ponto de vista estilístico, a leitura é leve e corrida, como se

⁹ É uma revista que informa, sobretudo, sobre programação de canais de televisão, circula semanalmente, cujo público é de classe média, com nível primário ou secundário de instrução. In: <http://www.dw-world.de/article>, acessado em 06 de junho de 2011, às 23h35.

o leitor estivesse folheando uma revista” (MUSSEY, 2010, p.52-3). Ou seja, é uma leitura rápida e de fácil compreensão, de entretenimento

2.1 Reflexões sobre o conceito de *Best-Seller*

A atualidade oferta uma diversidade de estilos narrativos para o público leitor, entre os quais, alguns se sobressaem a outros em vendas, conseqüentemente, em leituras, adquirindo o status de Best-Sellers. Geralmente, essas narrativas não encontram posição favorável pela crítica literária, pois se inserem na cotidianidade, embasadas pela trivialidade do que é comum ou mais acessível para os leitores.

Halime Musser assinala que “um best-seller é um livro que pode ser considerado extremamente popular por ter sido incluído na lista dos livros mais vendidos. [...] para muitas pessoas refere-se, apenas, aos livros de grande popularidade” (2010, p.41). Na abordagem sobre o surgimento desse novo gênero, a autora analisa que não há dados suficientes para traçar uma linha histórica sobre o mesmo nem de sua difusão pelo mundo, mas “acredita-se que os primeiros exemplares de best-sellers surgiram no início do século XIX e que um deles se chame “Os mistérios de Paris”, do autor francês Eugène Sue [...]” (p.43), que segundo Nelson Schapochnik, foi publicado em 1842 no *Journal des Débates*¹⁰.

No estudo realizado por Musser, os Best-Sellers ganharam mais espaço a partir de 1930, tendo por abordagem assuntos voltados mais para o público feminino; somente “a partir dos anos 60, ganham notoriedade os temas voltados para sexo, aventura, vida das gangues, máfia. Tais temas foram se reciclando e se modernizando de acordo com a época vigente”

¹⁰ Artigo publicado na Revista Varia História, número 44, em julho/dezembro de 2010, em Belo Horizonte. Artigo em PDF Revista Varia história 44 indd.

(2010, p.43-4). Os *Best-Sellers*, a partir do século XX, teriam se norteados tanto para o contexto da vida social, quanto para o entretenimento e as idéias (Clive Bloom, refletido pela autora). Na análise dos livros de Paulo Coelho, no capítulo IV, é possível perceber uma intenção de entretenimento, mesmo que o escritor também forneça ao leitor (de forma superficial) dados culturais de outras sociedades abordadas em seus romances, bem como questões existenciais, religiosas, morais.

O conceito mais comum usado para *Best-Seller* (termo inglês), segundo o *Wikipédia*, é o de “livro mais vendido no mercado editorial”. Esse vocábulo foi usado primeiro nos Estados Unidos, mas hoje é global. Essas narrativas recebem essa definição não apenas pelo seu volume de vendas e pela forma adquirida, mas pelas adaptações, traduções, número de edições e revisões, além de sua vasta exposição nos meios de comunicação de massa. Nesse contexto, é considerável dizer que Paulo Coelho é um dos mais relevantes *Best-Sellers* da atualidade, pois, “excluídas as edições piratas, seus livros venderam 100 milhões de cópias em 455 traduções, publicadas em 66 idiomas e 160 países” (MORAIS, 2008, p.611).

Ortiz reflete, em relação aos *Best-Sellers*, que existem alguns do “tipo Alvin Toffler” (autor futurista da área de gestão), aqueles “traduzidos em várias línguas, que trazem uma mensagem otimista de um futuro próximo”. O autor ainda analisa que estes:

Anunciam a boa vinda de uma sociedade feliz, marcada pela exuberância da técnica, e a comunhão dos homens numa consciência planetária. Literatura futurista, imaginativa e falsa, que de alguma maneira prolonga as preocupações de Mac Luhan, inauguradas na década de 1960. (ORTIZ, 2000, p.13-14)

Aqui fica claro que o autor desconsidera os *Best-Sellers* enquanto Literatura, já que afirma serem estes uma narrativa imaginativa e falsa. Mas nesse contexto de escritura que anunciam uma sociedade feliz, traduzidos em várias línguas, também podemos falar dos *Best-Sellers* tipo Paulo Coelho, que também pretendem proliferar uma mensagem otimista através de conselhos que estimulam a busca pela realização pessoal. Estes seriam, então, levando em conta a reflexão de Ortiz, uma literatura imaginativa e falsa.

Os romances *Best-Sellers* geralmente não têm por objetivo uma crítica ou questionamento social, nem levar o leitor a questionar-se ou à sua posição na sociedade em que está inserido, ou sua própria cultura. É uma escrita rápida e fácil de ler, que tem milhares de cópias vendidas, tradução para vários idiomas, fãs em diversos lugares do mundo; geralmente possuem uma estrutura fixa, facilmente perceptível pelo leitor, e com temáticas envolvidas em questões religiosas, existenciais, que funcionam como uma lição de vida. Os *Best-Sellers* geralmente estão dentro da perspectiva da narrativa trivial, como veremos adiante.

O ideal do gênero *Best-Seller* é um mundo sem problemas, ou com problemas resolvíveis, e um já esperado final feliz. Para ser visto como tal, um livro precisa conter questões narrativas e conteudistas que atraiam o público leitor e auxiliem na vendagem do mesmo, é claro que pincelado, também, pela publicidade, que pode vir de várias formas, televisão, internet, anúncios, nas “orelhas” dos livros, contra-capas, resumo na capa final dando ênfase às virtudes do livro. Pode até mesmo conter depoimentos de pessoas (que já leram as primeiras edições) enaltecendo o livro e o seu autor. O escritor Paulo Coelho, como veremos no capítulo quatro que analisa alguns de seus livros, utiliza-se desse subterfúgio.

Partindo deste pressuposto, levando-se em conta as estratégias usadas tanto pelo escritor quanto pelas editoras e livrarias, pode-se pensar que um livro é muito bom quando vende muito, mas essa não é uma afirmação absoluta, pois nem sempre o fato de vender muito coloca um livro num lugar de destaque na história da Literatura, pelo menos não dentro dos pré-requisitos (?) acatados pela crítica literária. O que está por traz do sucesso de um *Best-Seller* tanto podem ser questões relacionadas à recepção pelo leitor, quanto a questões sociológicas, mercadológicas, de marketing. Um livro que se encontra na vertente de sucesso de vendas, que possibilita situação financeira favorável a alguns escritores, como o já citado

Paulo Coelho, nem sempre se “eternizam” como obras de cânones como Graciliano Ramos e sua obra-prima *Vidas Secas*, que será sempre lida como nova, apesar do tempo.

Para Halime Musser nem todos os livros que figuram nas listas dos mais vendidos são *Best-Sellers*, e alguns têm características deste gênero, mas não são sucesso de venda; para a autora, enquanto gênero literário, essa narrativa segue um tipo de enredo, cuja trama envolve sexo, amor, espionagem, terror e tem como enfoque o entretenimento:

[...] nem todos os livros que figuram nas listas dos mais vendidos seguem as características do best-seller como gênero literário. Por outro lado, há exemplares produzidos seguindo as particularidades do gênero best-seller, mas que não obrigatoriamente são sucessos de venda e entram para os índices de mais vendidos. Ou seja, o best-seller, para o mercado editorial e livreiro, visando o comércio, pode, sim, ser considerado o livro que vende mais; mas, para a literatura, ele é um gênero que segue certo tipo de narrativa, em que há tramas voltadas para o comportamento humano, sexo, crime, espionagem, terror, amor etc. há preocupação com a história a ser contada, com as ações, necessidade de conteúdo e há estruturação das personagens, numa lógica de tempo e espaço, dentro da narrativa. Resumindo o ponto principal: há enfoque no entretenimento. (MUSSEER, 2010, p. 89-90)

Refletir sobre esse status de livro mais vendido nos leva a dar crédito à afirmação de Musser de que um *Best-Seller* tem como enfoque relevante o entretenimento. Porém, se levarmos em conta a ideia aristotélica de que uma literatura que leva diversão ao público é menor, qualquer livro com essa característica é “literatura menor”. Umberto Eco (2008) analisa que se um romance diverte, obtém o consenso de um público. Neste contexto, ter consenso não é uma qualidade negativa, pois quando uma narrativa possui esta característica é porque dá ao leitor o que ele procura, ou que espera encontrar. Portanto, um *Best-Seller* é “um sonho realizado”, visto que diz o que quer dizer e o que oferece é realmente aquilo que é.

Percebe-se que é o leitor da atualidade que parece preferir esses livros que oferecem a utopia do sonho realizado, prefere se distanciar do real, fugir do caos que se instalou no mundo, e encontrar uma possível fórmula para viver melhor; pode “encontrar” isso nas narrativas de Paulo Coelho; lêem quantitativamente seus livros, levando o autor ao patamar de escritor de sucesso. O leitor contemporâneo tem se voltado para leituras anódinas que “o

atinja” naquilo que o está afligindo, sente-se atraído por histórias fabulosas, por narrativas ligadas à espiritualidade e à magia, como as “profetizadas” por Coelho.

Este e outros autores provavelmente perceberam essa necessidade do leitor e conseguiram obter grande sucesso de público, ou ainda, se “aproveitaram da situação” e acabaram construindo narrativas que foram acolhidas positivamente pelo leitor, situação relevante para o sucesso de venda desses livros, que justamente por esta grande vendagem e quantidade de traduções, são chamados de *Best-Sellers*. Ainda hoje, existem elitistas que preferem a arte que oculta, que se nega (na maioria das vezes) a interagir com o leitor comum. Uma atitude difícil de ser aceita em se tratando de Literatura, que prima pela comunicação, que deseja ser circular e estar engajada com os anseios de seu público leitor.

Independente do gênero em que os *Best-Sellers* se encaixam, segundo Sodré (1988, p.54-7), existem pontos em comuns entre todos aqueles que são de ficção; do ponto de vista do conteúdo, o autor assinala que há quatro elementos presentes em todos os mais vendidos: o primeiro seria “uma retórica literária e clichês bem agenciados”, com uma linguagem de fácil acesso e amplo espaço para diálogos; o segundo seria a presença constante do mito do herói e a oposição entre o bem e o mal; o terceiro elemento seria o da atualidade, que tenta dar contextos contemporâneos à trama desenvolvida; e por fim, o fator pedagógico, aquele que “no dobrar da última página” sempre tem algo a ensinar nas esperadas lições de moral.

O escritor Sidney Sheldon, por exemplo, pode ser citado dentro da perspectiva de boa retórica literária e linguagem de fácil acesso; bem como pedagogismo e entretenimento:

[...] assim como Muniz Sodré pontuou como característica do Best-seller [...]. Encontramos pedagogismos, ou seja, Sheldon tenta passar, para o leitor, ensinamentos que considera sendo úteis, assim como, na voz dos personagens, expõe pontos de vista e pensamentos sobre a sociedade retratada na época [...] E, acima de tudo, as obras de Sheldon se encaixam na característica essencial do best-seller: a procura pelo entretenimento. A leitura é fácil, clara, dinâmica e repleta de ações que despertam a curiosidade do leitor [...] (MUSSER, 2010, p.90-1)

Sheldon é sinônimo de *Best-Seller*: publicou 18 livros, apesar de nunca ter recebido reconhecimento da crítica; foi também criador de famosas séries de TV norte-americanas como *Jeannie é um Gênio*, ou *Casal 20*; suas obras foram traduzidas para 50 idiomas em 180 países, o que lhe rendeu a classificação de "autor mais traduzido do mundo" pelo *Guinness*; teve mais de 300 milhões de livros vendidos ao redor do mundo, todos eles em primeiro lugar no *ranking* mundial segundo o *The New York Times*; seus livros também podem ser encontrados como e-books¹¹.

Outro escritor de *Best-Seller* que circula pelo mundo global é Richard Bach. O autor explora questões espirituais e filosóficas e incita os leitores a questionarem o sentido da vida, o que é real e o que é inventado pela mente. É característico dos livros do autor, mensagens de amor e esperança, escritas geralmente em primeira pessoa; os livros de Bach revelam crenças e valores do próprio autor, como em “O Paraíso é uma Questão Pessoal”, onde fica evidente que ele é uma pessoa crédula em suas orações e incita o leitor a também acreditar que se deve ter cuidado com o que deseja, pois *é possível* conseguir o que se pede:

Repetidamente tenho visto isso acontecer, não só na minha vida como na de pessoas que conheço. Procurei encontrar alguém que não tivesse conseguido o que havia pedido, mas não encontrei. Por isso, acredito que, seja o que for que pensemos, um dia acontecerá ao alcance de nossa experiência. (BACH, 1974, p.09).

É alguém que acredita no que pensa e expõe isso como se fosse uma verdade incontestável. Prioriza a beleza e a leveza das palavras como elemento persuasivo. Pode-se observar aqui, uma semelhança com a escritura de Paulo Coelho, que também escreve a partir de suas próprias experiências. Bach se relaciona diretamente com sua experiência de vida (era piloto) e as lições que pretende dar ao leitor:

Constatee isto e muito mais, voando, e a tudo se pode aplicar uma palavra: perspectiva. É a perspectiva, é subir acima dos trilhos de uma estrada de ferro, que mostra que não precisamos temer pela segurança das locomotivas. É a perspectiva que nos transporta além da ilusão de um sol que morre, que sugere que, se nos elevarmos suficiente, veremos que o sol absolutamente não morreu. É a perspectiva

¹¹ Disponível em: www.leitorescinefilos.com/2011/e-books-pdf-sidney-sheldon.html.

que mostra que as barreiras entre os homens são coisas imaginárias, tornadas reais pela nossa própria crença nessas barreiras, pelo nosso medo do seu poder de limitação. (Bach, 1974, p.41)

Assim como Coelho, Bach registra em alguns de seus livros depoimentos de leitores, como forma de valorização dos mesmos; pode-se ver, nas páginas finais do livro citado, “propaganda” de outros livros do autor com um indicativo: “cada presente de um amigo é um desejo de felicidade”, logo abaixo aparece a gravura com capa dos livros e ao lado uma síntese dos mesmos.

Mas, retornando aos quatros elementos citados por Sodré, foi possível visualizar alguns deles na obra de Paulo Coelho, como uma linguagem de fácil acesso, a presença do mito do herói e a oposição entre o bem e o mal (já que o autor ocupa-se de questões, esotéricas, místicas e religiosas), e o pedagogismo, pois seus livros encaixam-se no viés de ensinamento, quer dar lições de bem viver, como “O Demônio e Srta Prym” onde fica claro alguns dos elementos citados por Sodré, como a oposição do bem e do mal – o maniqueísmo, questões existenciais ligadas à questões religiosas, místicas e psicossociais, além da linguagem simples, e uma heroína; em “O Alquimista”, pode-se visualizar o pedagogismo (como na maioria de seus romances) de forma bastante acentuada, misturada a questões místicas, através de um protagonista com perfil de homem comum e simples, mas perseverante, que luta para realizar seu sonho; “Onze minutos” conta a história de uma sertaneja que se transforma em prostituta, como consequência de sua ingenuidade, mas que consegue superar-se e obter um final feliz; é escrito numa linguagem e enredo simples, de fácil compreensão e com o teor pedagógico, ou seja, quer dar lições de vida, ensinar caminhos, característico do autor.

A obra de Paulo Coelho precisa ser analisada, não com o propósito de torná-la visível como Literatura, mas para dar-lhe visibilidade enquanto gênero novo de grande receptividade de leitura; tanto suas narrativas como outras que também se encontram como não-literatura

devem ser levadas em conta, pois como reflete Zilberman, é necessário compreender “as inter-relações entre as duas modalidades de expressão, sem que sejam abolidas as características próprias a cada uma delas” (1984, p. 15-16), é necessário que se leve em conta alguns aspectos como “questionar a literatura enquanto um setor tornado auto-suficiente” (p.16), ou seja, a Literatura institucionalizada é vista como “correta”, enquanto as narrativas que vão surgindo, que se encontram fora dos propósitos daquela, vão recebendo diversas denominações como: de baixo valor, subgêneros, subliteratura, literatura de massa, entre outras.

Essa nova forma de escrever possui um sentido mais amplo, já que “flerta” com todas as classes ou camadas populares, por ser mais espontânea, imediata, efêmera. São textos de narrativas triviais que, como a Literatura institucionalizada, tem um público leitor como objetivo. Existe espaço, nesse amplo mercado, para todos os tipos de textos, de autores, de público, e a literatura popular, mais especificamente, os *Best-Sellers*, construíram um espaço próprio e desejável.

2.2 Trivialidade narrativa: elemento relevante para o sucesso do *Best-Seller*

Tanto a Literatura erudita quanto a literatura trivial, como vamos chamar aqui, se posicionam perante problemas comuns, mesmo que oferecendo soluções contrastantes. Zilberman vê a literatura trivial como resultado “de uma série de acontecimentos de teor quantitativo: a instrução em massa, a coletivização da produção, a fabricação de objetos culturais em grandes volumes” (1984, p.26). Pode-se perceber que ocorre, hoje, mesmo que de forma ainda vagarosa, um enfraquecimento das fronteiras entre a literatura oficial e as

“outras narrativas”, possibilitando uma abertura para a circularidade entre as mesmas, o que é relevante, pois apesar das diferenças, existem semelhanças.

Mas falar sobre leitura no Brasil é complicado porque esta pode se tornar um tema amplo no contexto nacional, já que pode ultrapassar os limites das questões literárias, já que esses caminhos estiveram travados durante muito tempo pela “falha” ocorrida em relação à instituição escola desde o período colonial, o que ocasionou uma grande quantidade de iletrados; os escritores escreviam para um público restrito, para uns poucos letrados e para a “elite” que estava apenas preocupada em obter status:

O escritor se habituou a produzir para públicos simpáticos, mas restritos, e a contar com a aprovação dos grupos dirigentes, igualmente reduzidos. Ora, esta circunstância, ligada a esmagadora maioria de iletrados que ainda hoje caracteriza o país, nunca lhe permitiu diálogo efetivo com a massa, ou um público de leitores suficientemente vasto para substituir o apoio e o estímulo das pequenas elites. Ao mesmo tempo, a pouca riqueza cultural destas, nunca permitiu a formação de uma literatura complexa, de qualidade rara, salvo as devidas exceções. Elite literária no Brasil significou até bem pouco tempo, não refinamento de gosto, mas apenas capacidade de interesse pelas letras (COUTINHO, 1997, p. 229).

Destarte, pode-se dizer que a formação do leitor no Brasil se deu de forma mínima e caótica. A educação foi, e ainda é, um descompasso para efetivação de um público leitor que se encaixe no desejo da crítica literária. A ampliação educacional ocorreu, mas com grandes dificuldades e de forma ineficiente.

Nesse contexto, o leitor seria “mediano” por preferir leituras mais fáceis de ser entendidas, com significações óbvias. Isto, porém, não quer dizer que o leitor seja “incompetente” para entender leituras mais subjetivas, ou complexas; estaria mais voltado para o sentido de comodidade, preferindo não precisar refletir sobre o que leu, mas buscar prazer, “relaxamento” ou, até mesmo, acalmar angústias e conflitos, encontrar caminhos ou soluções para seus problemas. Esse seria um ponto relevante para o elevado índice de sucesso de determinadas “obras literárias” que se encaixam no viés da trivialidade e se tonam best-sellers. Kothe, utilizando Kant, observa que o comodismo é confortável para quem não quer ter responsabilidade:

Para Kant, a bandeira do iluminismo é o *sapere aude*, o saber ouvir-se, o ter ânimo para usar o próprio entendimento: a decisão de não usar a capacidade pessoal de entendimento sem a direção do outro decorre da preguiça e da covardia, pois é cômodo não ser responsável (KOTHE, 1994, p.234)

Esta teoria kantiana não encontra mais “chão” na contemporaneidade (se é que encontrou um dia). O leitor não pode ser chamado de preguiçoso em virtude de sua preferência, de seu gosto literário, porque espera saber, ou deseja entender o que o autor está falando.

É necessário que se acrescente a essa afirmação a velocidade com que a própria vida se insere nos tempos atuais: recebem-se influências várias, “chovem” informações por segundo, mudanças e modismos são constantes na vida do homem moderno, e tudo isso contribui para um estado de êxtase existencial em decorrência da necessidade de acompanhar toda essa avalanche de novidades que se proliferam dia-a-dia. Como diz Renato Ortiz, o leitor de hoje encontra-se “perpassado por uma vivência mundializada” (2000, p.08), ou seja, está envolvido por uma diversidade de novos elementos que vêm surgindo em todo o mundo e a todo momento, novidades diversas e interessantes que não apenas atraem o homem, mas também o confundem. Essas novidades:

Marlboro, Euro Disney, fast-food, Hollywood, chocolates, aviões, computadores, são os traços evidentes de sua presença envolvente. Elas invadem nossas vidas, nos constroem, ou nos libertam, e fazem parte da mobília de nosso dia-a-dia. O planeta, que no início se anunciava tão longínquo, se encarna assim em nossa existência, modificando nossos hábitos, nossos comportamentos, nossos valores. (ORTIZ, 2000, p.08)

Nesse contexto, percebe-se o quanto a cultura de consumo está em alta e legitima comportamentos e valores de uma sociedade. Ortiz se diz “convencido de que, no processo de globalização, a cultura de consumo desfruta de uma posição de destaque” e vai além afirmando que “ela se transformou numa das principais instâncias mundiais de definição da legitimidade dos comportamentos e dos valores” (2000, p.10).

Se todas essas novidades fazem parte do nosso dia a dia, como proclama Ortiz, é verossímil dizer que também a arte e a literatura estão cheias de novidades, de aberturas e

encantamentos novos. O leitor da atualidade, o homem contemporâneo, parece ter preferência por temáticas mais comuns a sua própria vida, o que acaba legitimando uma cultura que torne viável uma adaptação pelo indivíduo, tudo tem que parecer ao seu alcance; os heróis e/ou heroínas exibem-se disponíveis para serem recrutados ao acaso; o bem e o mal são revelados de modo claro e inequívoco para o receptor/leitor que “não recebe a verdade conforme ela costuma aparecer na vida”, ou seja, através de um doloroso processo de descoberta:

Necessidade real ou fictícia, pouco importa; apenas importa que o consumidor creia que seu desejo está sendo atendido, mesmo que seja bem diverso daquilo que, de fato, acaba sendo satisfeito ou amainado por meio do placebo. É como se houvesse um cansaço de realidade e um profundo desejo de fantasias, mundos ficcionais a amainarem o impacto do cotidiano, a embalarem e massagearem o cansaço existencial, a regressão ao estágio vegetativo. (KOTHE, 1994, p.45)

Nesse contexto, pode-se pensar na leitura da literatura trivial como uma regressão e infantilismo, por se adaptar ao desejo do leitor; como uma criança busca no pai a figura do herói que vai salvá-lo de qualquer acontecimento desagradável, assim o leitor pode buscar naquele herói da narrativa trivial, como sendo ele mesmo que se salvará. Este tipo de narrativa é uma antítese da Literatura que já estaria mais próxima da maturidade, “verdade” ou da realidade, pautada nas ideias iluministas. Em suas reflexões, Kothe adverte que:

A narrativa trivial serve para manter o receptor num estado de infantilismos sob a aparência de gigantismo. A isso contrapõe o iluminismo, enquanto crença na capacidade emancipadora da razão. Kant, no curto ensaio de 1784 sobre “O que é iluminismo?”, afirmava que o “iluminismo é a saída do homem do estado de irresponsabilidade, pelo qual ele mesmo é responsável” (KOTHE, 1994, p.233-4).

O teórico é taxativo ao dizer que a narrativa trivial leva o leitor a um “naufrágio da individualidade”; ao se sentir contente e grandioso como o herói ou heroína da narrativa que está lendo (ou assistindo), o leitor estaria fazendo uma regressão ao infantilismo, vivendo em sonhos as possibilidades que ele (talvez) não possa assumir:

Na comunicação trivial não há comunicação, mas apenas reforço do sabido. Só que esse sabido não é sábio. A “massa”, a “galera”, canta ou sacode com seu “ídolo” (sic), fazendo os movimentos comandados, feliz e contente por ser “massa”, há um naufrágio da individualidade, um êxtase na perda da diferenciação pessoal, um orgasmo da organização. É o mesmo fenômeno de massa nos movimentos totalitários. O êxtase do pequeno é identificar-se com um grande líder, tornando-se grandioso pelo reforço de milhares e milhares de pequenas vontades e admirações. Identificando-se com a imagem que alguém, lá na frente e no alto, incorpora e

corporifica, cada um dos pequenos se sente igualmente grandioso e especial, com o universo aos seus pés. (KOTHE, 1994, p.146).

Percebe-se aqui o quanto é relevante a presença de um protagonista nas narrativas, ou seja, o mito do herói tem acentuada primazia nas narrativas ficcionais. Independentemente da cultura onde for narrado, esse herói detém semelhanças estruturais e marcantes, segundo certos padrões universais, uma forma comum: geralmente ocorre uma jornada onde o herói, que é do bem, empreende uma aventura física ou psicológica, ou as duas ao mesmo tempo, e vence no final.

Halime Musser reflete que “os autores de Best-Sellers apresentam seus personagens como sendo pessoas de muito estilo de vida, muito bem sucedidas, de personalidade forte” (2010, p.49). Mas na verdade, a maioria são pessoas comuns que chegam a esse estágio de bem sucedidas, que é um desejo humano: fazer sucesso e conseguir realizar objetivos grandiosos, expectativa que está geralmente inserida nos Best-Sellers:

[...] na nossa sociedade capitalista, a competitividade faz com que o sucesso seja o principal foco. É de se esperar que os personagens principais dos best-sellers sejam pessoas bem sucedidas na vida [...]. Alguns personagens vêm de berço humilde, passam por dificuldades, problemas difíceis, mas têm garra, inteligência, visão de futuro para vencer tanto profissionalmente quanto emocional e financeiramente. (MUSSER, 2010, p.50)

Esse perfil de personagem pode facilmente ser encontrado nos livros de Paulo Coelho, como Maria, de *Onze Minutos*, que depois de passar por muitas dificuldades em terras estrangeiras, usando sua inteligência e força de vontade, consegue superar-se e realizar-se profissional e emocionalmente.

Influenciados pela perspectiva de mudanças, de novidades frequentes, os romances não puderam ficar apenas na linhagem tradicional que os coloca na estante da chamada literatura culta; escapuliram para outra linhagem, menos pura e introduziram-se na vertente da trivialidade, da linguagem cotidiana, que traz “lições de vida”, porém, não perderam a característica folhetinesca de começo, meio e fim (grande parte deles), com protagonistas cheios de valores e capazes de realizar os feitos necessários, o que mudou foi a maneira de

dizer. Quanto ao escritor (ou a maioria dos escritores de *Best-Sellers*), este quer realizar o desejo do leitor, se interessa por aquilo que ele quer ler; quer ser lido e popularizado.

O século XX, como analisa Sodré (1988, p.21), trouxe privilégios para a cultura que estava fora dos padrões vistos como superior. A indústria, que estava em lento processo de desenvolvimento, aproveitou-se desse novo produto para alavancar nesse “novo mercado”, e os folhetins (como visto anteriormente), a nova “moda” na cultura literária, foi/é um forte aliado para o sucesso do mercado editorial.

Esses novos romances, inseridos na trivialidade, que alcançam grande sucesso de público e se encaixam no viés de *Best-Seller*, são vistos por Sodré como sendo literatura de massa, como um “livro que obtém grande sucesso de público” (1988, p.74); desta narrativa se pode dizer também, concordando com Zilberman, que esta expõe mais claramente os traços contraditórios da literatura de massa (1984, p. 20). Para produzir um *Best-Seller* um escritor deve pretender não apenas contar uma história comovente ou que traga informações, mas produzir um sentido que esteja relacionado ao leitor, envolvendo-o ao misturar texto, história, metafísica, psicologia, criando um mundo imaginário (mesmo que com pontas de realidade) com efeitos particulares de fabulação ou diegese narrativa.

Uma grande obra seria, então, aquela já institucionalizada, que segue padrões de estrutura, vocabulário, linguagem, etc. Mas, pensar assim seria uma obviedade, porque este é necessariamente o caminho. Também não se pode aceitar a ideia aristotélica que coloca em alta as obras que favorece a aristocracia, como as tragédias, e diminui aquelas que se referem ao povo e faz rir, as comédias. Porém, é por decisão do poder que uma narrativa torna-se discurso, mesmo que não sejam levadas em conta suas qualidades, já que esse poder tem interesse na recepção da obra como ponto-chave para o sucesso da mesma. É preciso pensar que:

Um artefato artístico pode ter excelentes qualidades e permanecer, no entanto, desconhecido por décadas ou para sempre. Para acobertar isso, faz-se de conta que o que tem qualidade sempre acaba aparecendo: como o que não aparece não pode mostrar-se, a tese se torna irrefutável. Por outro lado, o que para uns são virtudes, para outros não passam de defeitos, erros, heresias. A verdade não tem maiores chances de triunfar, como caráter também não ajuda a “vencer na vida” (KOTHE, 1994, p.141)

Entretanto, uma obra não é autosuficiente, pois necessita de um escritor, de produção, de leitores, de temáticas e propostas que caibam na perspectiva de seu tempo, de circularidade. Nesse contexto, creio que ocorre, então, uma vantagem dos *Best-Sellers* sobre a alta literatura, que é a comercialização em massa e uma maior visibilidade pelo público.

Se para boa parte dos críticos o consumo exagerado de *Best-Sellers* pode ser problemático por não exigir um esforço intelectual do leitor-receptor, também não é necessariamente prejudicial, se levar-se em conta a experiência estética desse leitor; então, é necessário se interrogar sobre o porquê de a maioria dos leitores não se interessarem pela leitura de obras dos cânones, se é esta que acontece nas instituições de ensino; por que, ao contrário, preferem a “literatura de massa”, as narrativas embasadas na trivialidade, os *Best-Sellers*. É preciso refletir como de fato funciona a recepção literária, e porque funciona dessa forma. Se há oferta de *Best-Sellers*, é porque existe a procura.

A tessitura narrativa da contemporaneidade torna-se democrática ao abrir espaço para todos os tipos de escritores e gêneros literários. Há espaço para todos, tanto para a manutenção da Literatura, quanto para a inserção de uma nova forma do fazer literário, que é de interesse desse trabalho, tanto pelo sucesso que alcança os livros que se encontram nesse viés de nova escritura, quanto pelo gosto do público leitor que corrobora para esse sucesso.

3 O BEST-SELLER NO MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO

Este tempo veloz e complexo em que se vive hoje, revela novos conceitos e ideias todos os dias, levando o homem a repensar sobre muitos conceitos e teorias em que acreditava e que foram se desgastando pelas novidades que vão chegando de forma surpreendentemente óbvias e claras. Levando essa ideia para a literatura, é perfeitamente correto dizer que não se pode mais ignorar os chamados *Best-Sellers*, sem antes refletir que estes são responsáveis por um grande número de leitores, basta observar as listas dos mais vendidos; um autor escreve e um grande público o lê. Um livro, cujo enredo possui personagens que se envolvem na busca de si mesmo, de sua realização pessoal e financeira, tipificado como alguém bom e perseverante, que traz mensagens de otimismo e incentivo à busca por essa realização, tem maior chance de se tornar um *Best-Seller*.

Paulo Coelho é um autor brasileiro que se enquadra perfeitamente nesse cenário, cuja obra está repleta de livros inseridos nesse contexto de “peregrinação”, de realização de sonhos, onde os sentimentos e paixões misturam-se ao mistério, à magia, a uma religiosidade eclética, em ambientes que levam o leitor a viagens por outras localidades e culturas diferentes; geralmente possui um narrador heterodiegético que vai inserindo, durante a narrativa, conselhos e lições de caráter educativo, moral, social, bem ao gosto do receptor.

Se voltarmos no tempo, à época em que se começou a imprimir narrativas mais populares, veremos que desde então esses produtos de massa já ofereciam sentimentos e paixões adaptados ao gosto do consumidor. Os primeiros impressos populares data, segundo Umberto Eco, do século XVI e

são editados por tipografias menores, a pedido de livreiros ambulantes e saltimbancos, para serem vendidos ao povo miúdo, nas feiras e praças. Epopéias cavaleirescas, queixas sobre fatos políticos ou de ocorrência diária, motejos, anedotas ou coplas, aparecem mal impressas, esquecendo-se, com freqüência, de

mencionar local e data, porque já possuem a primeira característica dos produtos de massa, a efemeridade (ECO, 2008, p.13).

Essas narrativas, segundo o autor, já possuem os elementos perfeitamente adaptáveis às vontades do receptor, como temática, títulos chamativos, opinião e conselho sobre o fato narrado:

Do produto de massa têm, além disso, a conotação primária: oferecem sentimentos e paixões, amor e morte já confeccionados de acordo com o efeito que devem conseguir; os títulos dessas estórias já contêm o reclamo publicitário e o juízo explícito sobre o fato preanunciado, e quase que o conselho sobre como fruí-las (ECO, 2008, p.13).

Nesse contexto, não é uma inferência inerente apenas à atualidade a efemeridade e o uso frequente de temáticas voltadas aos sentimentos e paixões, ao amor e à vida, com objetivo claro de persuadir o leitor. Esse reclamo publicitário já era realidade em épocas anteriores, favorecendo de forma positiva o crescimento do mercado livreiro.

No Brasil, com a abolição da censura prévia e o fim do monopólio estatal da imprensa, ocorreram momentos favoráveis para os negócios da cultura escrita, quando se multiplicaram as tipografias e os livreiros. Nesse período, veio para o país o francês Pierre René François Plancher de La Noé, que se dedicou a impressão e venda de livros, jornais e revistas e transferiu para o país o costume parisiense de uma loteria de livros, também introduziu a litografia. Em 1834, seus sucessores Villeneuve e Mougnot, ampliaram o negócio, distribuindo traduções e autores nacionais como Pereira da Silva e Justiniano José da Rocha, também trouxe a praxe de aumentar a vendagem e publicidade dos jornais, através do *roman-feuilleton*:

Transportada para o Brasil a moda do folhetim, abre-se o mercado para os seus possíveis tradutores que também começaram a produzir seus próprios textos. Nestes inícios, os romances “brasileiros” em circulação eram, provavelmente, fruto da reimpressão de material antes publicado como folhetim no “Jornal do comércio”, propriedade da mesma firma de Villeneuve e Mougnot (LAJOLO e ZILBERMAN, 1991, p.143).

Ocorre uma massificação de livros, cuja estrutura opõe-se àquela aceita até então, ou seja, fora dos propósitos desejados para a literatura. Nesse caso, percebe-se claramente que a

literatura pode ocorrer em vários gêneros e funções, e ser exercida em diferentes níveis também.

É utópica a crença de que uma obra de arte seja resultado exclusivo do seu criador e que a coletivização seja prejudicial à originalidade do produto final; problemas desse tipo também ocorrem na literatura que pretende tanto a individuação da obra quanto a circulação da mesma, portanto se

De um lado, pretende (...) uma total individuação garantida pela criatividade nos diversos planos que constituem um texto e pela diferenciação entre os escritores que lutam por assegurar os traços particulares de seu trabalho. De outro, circula atualmente também como parcela de indústria cultural, fato verificável em duas circunstâncias próximas: a de produção de livros destinados a liderar a lista dos mais vendidos (...); e a de fabricação em série de obras, em que não se percebe mais a identidade do autor, nem do texto, pois reproduzem inesgotavelmente modelos consagrados de histórias sentimentais, aventuras e crimes (ZILBERMAN, 1984, p.12)

Destarte, tudo é relevante, na contemporaneidade, para que se estabeleça um contexto desejável na produção literária e mercadológica: os traços particulares da narrativa de um escritor, a efemeridade do tempo, a inserção da cotidianidade e clareza da linguagem, a recepção pelo leitor, a massificação, o custeio de produção e valor final de venda do objeto livro. Mesmo quando a literatura “se mantém indiferente aos apelos da massificação, vigora o caráter coletivo de sua produção de consumo” (ZILBERMAN, 1984, p.12), isto porque qualquer tendência literária “deseja” ser coletiva, ou seja, ser lida por um grande público leitor. Ninguém escreve um texto para guardá-lo na gaveta, senão, este não teria existência. Um texto passa a existir no momento em que é lido e agraciado pelos leitores, e se esses leitores formarem um grande público, melhor para o escritor, melhor para o mercado.

A invenção da imprensa, como já foi dito, trouxe para a vida cultural e literária, diversos tipos de gêneros narrativos e muitos desses tornaram-se (tornam-se) *Best-Sellers*. No Rio de Janeiro, por exemplo, final do século XIX, havia livrarias com um considerável número de livros “ao gosto do povo”, vendidos a um preço razoável para a época.

Quando se fala em livrarias do século XIX, logo salta à memória os nomes da afamada casa comercial Garnier, responsável pela publicação dos romances de Machado de Assis e de muitos outros intelectuais respeitados do Oitocentos, e dos irmãos Laemmert, autores e impressores do popular *Almanak Laemmert*. Entretanto, é preciso lembrar que, ao lado deles, diversos outros comerciantes buscavam na compra, venda e edição de livros um público cativo a fim de ganhar espaço no difícil jogo do mercado livreiro carioca, mercado que visivelmente se intensificava. (EL FAR, 2005, p.329)

A inserção de livros populares no mercado editorial cresceu aceleradamente, isso por que os livreiros mudaram sua perspectiva de vendas e a nortearam também para a venda dessas obras populares; um exemplo deles é o livreiro Pedro Quaresma, que conseguiu manter por algumas décadas um público fiel e interessado em seus livros de baixos preços; ele vendia de tudo: romances estrangeiros e nacionais, dicionários, livros infantis¹², compêndios de história, trovas, modinhas, obras pornográficas, etc. E anunciava em manchetes com letras garrafais: “Todos sabem: vivos! Mortos! Espectros! Que só na Livraria do Povo se encontram livros baratíssimos” e “Até os cadáveres se levantam para aproveitar as pechinchas à venda na Livraria do povo” (EL FAR, 2005, p.336).

Percebe-se que o livreiro sabia o que queria: encontrar leitores para os livros que vendia; obter lucros. E para isso, usou de subterfúgios coerentes: vendia todos os tipos de livros, para todos os tipos de leitores:

Um dos principais objetivos de Pedro Quaresma era atizar o interesse de seus leitores. Por isso procurava levar ao público obras curiosas que diziam revelar alguns dos grandes mistérios do mundo. *O Physionomista*, um grosso volume ilustrado com inúmeros retratos femininos, afirmava poder desvendar a personalidade de cada mulher pelos traços do rosto. “Quem quiser”, falava o editor, “conhecer a índole de sua noiva é só procurar o retrato que mais se pareça com Ella (e ha sempre um que mais se parece), ver, ler, estudar o que é essa mulher”. (EL FAR, 2005, p.338)

Esse livro (*O Physionomista*) deve ter, provavelmente, causado muita confusão amorosa. Mas o editor conseguiu atrair um público masculino para leitura do mesmo, que ainda trazia em anexo outro livro que explicava todas as espécies de amor, além de responder

¹² Quaresma percebeu a carência de livros infantis e idealizou (1984) a *Bibliotheca Infantil*, composta, entre outras, pelas “Histórias da carochinha”. EL FAR, Alessandra. Livro para Todos os Bolsos e Gostos, 2005, p.336.

a seguinte pergunta: por que “é que há pessoas felizes e outras que nada arranjam na vida?” (EL FAR, 2005, p.338).

Também podemos perceber neste diálogo com El Far, que desde essa época se podia notar como o público leitor já se interessava pelas narrativas inseridas na trivialidade das questões existenciais, pedagógicas e místicas; a autora cita “O livro do feiticeiro” ou “A ciência de Juca Rosa” (um importante feiticeiro negro que viveu no Rio de Janeiro imperial). Este livro, que também foi vendido por Quaresma em sua livraria,

perdurou por anos nas livrarias do Rio de Janeiro por mostrar a maneira correta de “deitar as cartas para conhecer o futuro”. Com esse volume nas mãos, qualquer pessoa poderia saber os sucessos e os infortúnios de sua vida financeira e afetiva. Nas palavras de Quaresma, saber “a boa ou má estrella (sic) que nos acompanha, felicidades e desgraças, se casará ou não e com quem, se com moço ou velho, rico ou pobre, feio ou bonito, e também para a descoberta de objetos roubados, e etc.”. Na compra de um volume de 300 páginas, seria possível prever o destino de cada um e navegar pela áurea mística do que até então parecia um grande mistério. (Id Ibid, p.339).

É verossímil a ideia de que o ser humano se deixa levar por textos que lhe acalmem os anseios e desejos mais escondidos na alma. E o mercado editorial compreendeu que para se manter em alta precisava não apenas da mercadoria literária vista como de maior valor, a Literatura dos cânones, mas se manter atento e também publicar e vender livros de cunho popular, ao alcance de qualquer um e com preços mais baixos.

Imaginar esse quadro de diversos editores e livreiros nos faz perceber que o universo das letras daquele período era muito mais complexo e difuso do que nos faz crer a grande maioria dos dicionários e compêndios de literatura brasileira. Além dos escritores renomados pela crítica, inúmeros outros divulgaram seus textos e estilos narrativos com significativo sucesso. Quer dizer, a experiência da leitura no Rio de Janeiro de Oitocentos em nenhum momento se reduziu aos cânones literários e aos adeptos das belas letras, muito menos a uns poucos comerciantes de livros localizados na conhecida Rua do Ouvidor. Naquele tempo lia-se Machado de Assis, Raul Pompéia, Aluisio de Azevedo, mas também se lia uma variedade de escritores que procurava sair do anonimato por meio de histórias arrebatadoras, cheias de mistério, e, em certos casos, ousadas em seus relatos amorosos e em seus beijos apaixonados. E, para essas histórias, havia sempre um editor e, com ele, a expectativa de alguns milhares de exemplares vendidos. (EL FAR, 2005, p.341)

Portanto, os anseios do leitor de Oitocentos quanto a histórias misteriosas, com heróis que podiam assemelhar-se ao homem comum com suas dúvidas, medos e inseguranças, ou com “lições” para encontrar um meio de sair de determinado problema, estão muito próximos

dos anseios do leitor da contemporaneidade, ou do leitor dos romances de Paulo Coelho, que ainda encontram nessas narrativas, ensinamentos sobre a vida, obviedades que “explodem” no ato da leitura, isto é, palavras que dizem o que já se sabia, mas que se encontrava oculta por uma certa indisposição de fazer reflexões por parte do leitor, que prefere que lhe digam o que “aparentemente” precisa saber.

O mercado do livro ganhou força e, em contrapartida ao refinamento das grandes livrarias, outros comerciantes também apostaram nesse novo tipo de negócio, o livro barato, que além de ter um custo menor, também garantia preço menor ao consumidor. Um fator relevante para o barateamento do livro foi a invenção da Impressora Pinguim¹³ que possibilitou o início da impressão de livros com capas de papel (*paperback*), não mais capas duras (*hardback*), que aumentava o custo dos mesmos:

A partir desse momento, os romances e Best-sellers puderam ser impressos com uma qualidade de papel inferior à usada nos livros de capa dura, mas que tinham um custo de produção menor e, por conseguinte, valor de venda muito mais baixo. Para os críticos, o paperback foi mais um motivo de crítica. Eles diziam que apenas livros de baixa qualidade intelectual seriam impressos em capa de papel e, conseqüentemente, o público teria fácil acesso a uma literatura de pior categoria. (MUSSER, 2010, p.58-9)

O mercado do livro crescia continuamente, adequando-se aos interesses de seu próprio negócio e ao gosto do leitor. Uma imensa oferta de livros vai surgindo, novos escritores vão se inserindo ao mercado livreiro.

Entretanto, segundo Earp e Kornis, ocorre um descompasso entre essa imensa oferta de livros e a limitada capacidade de absorção pelo consumidor: a razão primeira é um custo barato de produção, que dará lucro ao se vender três mil cópias, visto que “só um sucesso pode pagar por centenas de fracassos” (2005, p.14-5); a segunda razão é que produzir um

¹³ A “Impressora Pinguim” foi criada (1935) pelo inglês chamado Allen Lane e foi vista como salvadora das editoras, além de responsável pela disseminação de valores culturais por ter permitido maior acesso à leitura. MUSSER, 2010, p.58.

leitor custa caro. E o leitor tanto pode ser um profissional ou estudante, que lê livros teóricos e didáticos, como (a maioria) pessoas que lêem por lazer:

Temos dois tipos de consumidores: os que querem acumular livros – os bibliotecários – e os que querem ler. Estes últimos, os leitores, dividem-se entre os que precisam ler por necessidades profissionais e os que o fazem em seu tempo livre. A esmagadora maioria está nesse último caso, e o livro é uma dentre as diversas opções de lazer à disposição de cada um (EARP e KORNIS, 2005, p.15-6)

O homem moderno, entretanto, trabalha mais, quer ganhar mais dinheiro, ter comodidade financeira; conseqüentemente, seu tempo para o lazer é mais curto, então fica complicado ler um livro que lhe solicite uma leitura mais profunda devido à complexidade do seu conteúdo. Musser reflete que, hoje, “vive-se para o trabalho, para as tarefas do dia a dia, para dar conta de todas as cobranças da sociedade capitalista moderna e, por isso, procuram, para seu lazer, algo que lhes proporcione prazer” (2010, p.53). O *best-seller* seria este elemento de prazer, que funciona como “uma válvula de escape”.

Neste contexto, o tipo de leitura que se busca para entretenimento tem que possuir algumas características básicas: ser rápida, portanto, que proporcione uma leitura mais leve e menos rebuscada, além de ter um custo menor. Aparentemente, a maioria dos leitores preferem uma leitura em que possam apreender o conteúdo de forma mais rápida,

(...) sobra pouco tempo para a leitura por lazer. Cada um dos leitores vai buscar, dentre os títulos que estejam facilmente ao seu alcance (pois não se pode perder muito tempo procurando), aqueles que mais lhe interessam – e, dentre estes, aqueles de menor custo, tanto em dinheiro como em tempo. (EARP e KORNIS, p.16)

É como se os leitores formassem grupos com determinado gosto por determinadas leituras, levando os profissionais que atuam na área do mercado editorial a oferecerem para eles obras que correspondam aos seus interesses. E isso já ocorria desde a época oitocentista, e os livreiros, para propagarem suas mercadorias, colocavam anúncios nos jornais, recorrendo a frases do tipo “Livros baratíssimos” ou “Livros para o povo”¹⁴. E não era apenas para um

¹⁴ Como fazia o livreiro Quaresma. EL FAR, 2005, p.238..

público de baixa renda que os livreiros anunciavam sua mercadoria, mas para a camada urbana assalariada e alfabetizada que crescera bastante naquele período.

É nesse contexto que se encontra, hoje, a maioria dos *Best-Sellers*: inseridos na trivialidade das questões existenciais, envolvidos nos medos e inseguranças humanas, bem como nos desejos e busca de um grande amor, de uma vida feliz, para corresponderem aos anseios do leitor; os temas podem variar, mas sempre abordam o universal: “romance sentimental e/ou erótico (amor, sexo, corpo), policial (com o crime, a perseguição, cenas de julgamento, mistério, suspense), detetives, ficção científica, fantasia, terror” (MUSSER, 2010, p.53); também possuem um preço acessível, pois as editoras se utilizam de estratégias de produção que barateiam o livro (capa e papel inferiores, letras menores, etc.).

Nesse ou naquele tempo, as narrativas inseridas num viés da narrativa trivial (fizeram) fazem grande sucesso, tornam-se *Best-Sellers* e chamam a atenção da mídia sobre si. A partir da década de 1980, até hoje, jornais e revistas lançam listas dos melhores ou mais vendidos no país, e até mesmo no mundo global. A primeira lista de *Best-Sellers* foi apresentada em 1985, na revista literária norte-americana *The Bookman*. A prática se estendeu e, ainda hoje, são referências mundiais as listas do *Publishers Weekly* e do *The New York Time*; na Europa, a lista do *The Sunday Times*, que o *Book Seller* reedita, é uma referência para o mundo literário¹⁵. No Brasil, podem-se obter essas informações através da CBL – Câmara Brasileira de Livros, Anuários, de revistas e jornais (Veja, Isto É, Folha de São Paulo, etc.).

No final do século XX a imprensa fez a escolha dos melhores representantes, em diversas categorias (música, futebol, arte, etc.) da década de 90. O Jornal Folha de São Paulo promoveu a eleição dos melhores romances mundiais do século, tendo como resultado o romance *Ulisses*, de James Joyce, em primeiro lugar no mundo e *Grande Sertão: Veredas*, de

¹⁵ EL FAR. Livros para todos os bolsos e gostos, 2005.

Guimarães Rosa, em primeiro lugar no Brasil. Nessa eleição, o único escritor brasileiro no ranking mundial foi Guimarães Rosa, com também *Grande Sertão: Veredas* (ABREU, 2006, p.11).

A autora faz uma reflexão em torno da hipótese de que a maioria das pessoas desconhece os livros que ficaram entre os dez colocados da lista mundial e apenas algumas já tinham lido os dez colocados brasileiros, ou alguns deles; e partindo da enquete realizada pelo Jornal *Folha de São Paulo* sobre as experiências de leitura de alguns intelectuais, notou que todos afirmam, por exemplo, que o décimo colocado da relação mundial, *Finnegans Wake*, de James Joyce, é difícil de ser compreendido, mas

Todo esforço para ler e compreender o livro valeria a pena, pois, segundo um dos entrevistados, se trata da obra de um “autor lendário”, ou seja, de um autor consagrado pela intelectualidade como grande escritor, cuja obra é fundamental para a cultura moderna. [...] Todos os envolvidos parecem acreditar que aqueles livros são realmente os melhores e que ninguém pode passar sem lê-los. (ABREU, 2006, p.14).

Essa reflexão da autora confirma que muitas pessoas, pelo menos as que pretendem se autodesignar intelectual, lêem alguns autores apenas pela obrigação, não pelo prazer, ou por um “real” interesse pela obra.

Contrariando os intelectuais, o grande público leitor tem seu próprio “gosto literário”, suas preferências; isso não quer dizer que não leia os autores consagrados, mas geralmente o fazem nas escolas e academias. A lista dos livros de ficção *mais vendidos* em 1999, lançada pela revista *Veja*, não traz nenhuma coincidência com a lista dos melhores, pois traz em primeiro lugar *O homem que matou Getúlio Vargas*, de Jô Soares, incluindo nela Sidney Sheldon e Paulo Coelho, este já teria chamado a atenção da mídia, um ano antes, por ter vendido vinte milhões de livros:

Um ano antes da divulgação da lista dos mais vendidos em 1999, Paulo Coelho havia chamado a atenção da mídia ao atingir a marca de 20 milhões de livros vendidos ao redor do mundo. Antes dele, apenas Jorge Amado tinha conseguido tal proeza, mais havia levado 60 anos e 37 livros para atingir essa vendagem, enquanto Paulo Coelho o fez em dez anos e 8 livros./Suas obras foram lidas em lugares tão distintos quanto Israel (110 mil livros vendidos) e a França (4,2 milhões de livros); o

Japão (920 mil livros) e o Brasil (7,07 milhões de livros). A universalidade da cultura é coisa muito discutível, o que torna ainda mais impressionante o fato de seus livros serem vendidos em 74 países ao redor do mundo. (ABREU, 2006, p.17-18).

É realmente um número impressionante: um autor que consegue a tradução de um mesmo livro para 38 idiomas, a exemplo de *O Alquimista*. É nesse contexto que se faz necessário um estudo mais aprofundado acerca da literatura brasileira e dos paradigmas de maior ou menor valia que aparentemente não leva em conta a experiência estética do leitor, mas se tantas pessoas lêem escritores como Paulo Coelho “é porque julgam que são produções literárias de alto valor, ou porque se divertem e se emocionam ao lê-los” (ABREU, 2006, p.09).

Ainda na pesquisa realizada por Abreu (UNESP), há uma relação dos leitores “assíduos” de Paulo Coelho, entre eles, Leonardo Boff, Eduardo Suplicy, Carolina Ferraz, Rita Lee, que disseram se emocionar com a leitura dos livros do autor e se sentiram atraídos pelas tramas e escrita, que o respeitam e o admiram; do outro lado, os “crítico incrédulos”, como Silviano Santiago, Wilson Martins, José Paulo Paes, Davi Arrigucci Junior, entre outros, que não vêem nem o autor nem sua obra com bons olhos, dizem tratar-se de subcultura:

Os “assíduos” comentam sua relação com os livros de Paulo Coelho mostrando o que aprenderam com eles, como se emocionaram durante a leitura, como se sentem atraídos pelas tramas e pela escrita e como respeitam e admiram o autor. Já os “incrédulos” afirmam que não se trata de literatura e sim de subcultura, que o público (não somente o brasileiro) é muito inculto e busca apenas um misticismo barato. Interessante perceber que metade dos intelectuais que opinaram disseram (sic) não ter lido nada do autor: “Não li uma linha dele. Ouço dizer que é horrível e acredito”, disse Bárbara Heliodora. (ABREU, 2006, p.19)

Não merece crédito um crítico que forma opinião a partir de uma ideia já formada por outra pessoa; além de Heliodora, também Arrigucci Junior sentencia que ‘não leu e não gostou’, essa é uma ironia que não deve nem mesmo ser levada em conta, pois ao que parece o crítico é do tipo que “segue o bonde andando”, sem saber para onde este vai.

Não se pode deixar de observar aqui um claro preconceito contra qualquer outro gênero narrativo que não se enquadre na Literatura propriamente dita, pois “a escola ensina a ler e gostar de literatura”, [...] mas “o que quase todos aprendem é o que dizer sobre determinados livros e autores, independentemente de seu verdadeiro gosto pessoal” (Ibid, p.19). Até mesmo ao se fazer uma pesquisa sobre autores ou livros que se enquadrem nessa posição de “marginalidade”, pode-se sofrer algum tipo de avaliação negativa, como quando uma professora de literatura (doutoranda da USP) resolveu fazer uma tese sobre *O Alquimista* e foi hostilizada pelos colegas, foi “acusada” de ter escrito um trabalho simpático ao escritor (como se isso fosse crime); numa entrevista ao Jornal do Brasil em 1988, foram denunciados os constrangimentos pelos quais a professora passou:

[...] o jornal denunciava os constrangimentos a que fora submetida a professora de Literatura Otacília Rodrigues de Freitas, da Universidade de São Paulo, ao defender uma tese de doutorado intitulada “Um Best-Seller na mira do leitor: O Alquimista, de Paulo Coelho”, trabalho considerado por seus colegas como simpático ao escritor. Indignada, a professora contou ao JB os maus bocados por que passara: "Diziam que Paulo Coelho me pagara para escrever a tese, que eu era amante dele!" (MORAIS, 2008, p.542).

Na biografia do autor lê-se que o Banco de Teses da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, tem cadastrado onze teses a respeito da obra de Paulo Coelho (oito de mestrados e três de doutorados). Isso mostra que existem intelectuais interessados nesse fenômeno de vendas, que é um *Best-Seller*. Um estudo sobre este gênero pode levar a um diagnóstico sobre como as massas se relacionam com a leitura.

Ao se indagarem sobre os usos populares do produto de massa, ao procurarem ir além das frias avaliações de audiência ou das sondagens de mercado, professores secundários e universitários poderão inclusive aproximar-se da literatura de massa como material de ensino – o que não tem sido feito até agora. Ademais, o gosto pela literatura folhetinesca poderá ser a fonte de esclarecimentos sobre as maneiras como as populações de tradição iletrada se relacionam com a situação de leitura ou decodificação do texto escrito e visual (SODRÉ, 1988, p. 71-2).

A literatura de massa, apenas com sua própria identificação cultural e de acervo, não servirá para verificar a cultura oral e iletrada porque este seria apenas um entre outros caminhos a serem percorridos, inclusive na Literatura, que poderão ajudar a fazer um diagnóstico mais coerente sobre a literatura mais popularizada, ou sobre os *Best-Sellers*.

Apesar de se estabelecerem parâmetros para a Literatura ou não-literatura, uma não está dissociada da outra, já que os estudos sobre as mesmas encontram-se, algumas vezes, nos mesmos caminhos. Este não é o fundamento deste trabalho, mas tornou-se necessário dizê-lo aqui.

Marcia Abreu, ao pensar sobre Literatura, reflete que se deve primeiro refletir os significados dos termos “texto literário”, “literariedade” e “qualidade estética”, para não cair nas armadilhas do preconceito contra a designada subliteratura, como conceitua a autora. Ao levar-se em conta que a linguagem literária caracteriza-se pela sua plurissignificação, baseada na conotação, não se pode dizer que os textos de Paulo Coelho não são literários (apesar de conterem um viés de ensinamentos e conselhos). A literariedade é percebível em seus textos tanto pelo uso de figuras de linguagem (metáforas, por exemplo), como também pelo lirismo entoadado em suas palavras; são textos escritos para emocionar, nesse contexto, têm função estética.

Um texto é literário quando consegue produzir efeito estético e/ou provocar a catarse (efeito de definição aristotélica) no receptor. Nesse contexto, a literariedade pode ser vista como um rótulo, que receberia os critérios socialmente estabelecidos para se considerar uma obra como pertencente à Literatura (é desse ponto que se listam as obras reconhecidas como canônicas). E é também nesse contexto que se encontram as reflexões sobre os romances de Paulo Coelho, cuja crítica não vê como escritor, não dentro da visão intelectualizada que já se consagrou para um bom escritor. A verdade é que, se os livros de Coelho lhe renderam fama e dinheiro, também causaram (causam) muita polêmica no mundo das letras. Sua obra foi e é alvo de constantes críticas negativas, principalmente no Brasil, lugar de nascimento do mesmo. A maioria das críticas imputadas a Coelho é o de que sua obra não é Literatura; mas o que é então? Antes de se fazer essa afirmação faz-se necessário rever o próprio conceito do que seja uma obra literária.

Para Terry Eagleton, a Literatura “pode ser tanto uma questão daquilo que as pessoas fazem com a escrita como daquilo que a escrita faz com as pessoas” (2006, p.10), o autor vê a literatura com um discurso não-pragmático, levando em conta que ela não tem inicialmente, uma finalidade prática:

Contudo, mesmo considerando que o discurso “não-pragmático” é parte do que se entende por “literatura”, segue-se dessa definição o fato de a literatura não poder ser, de fato, definida “objetivamente”. A definição de literatura fica dependendo da maneira pela qual alguém resolve *ler* e não da natureza daquilo que é lido. (EAGLETON, 2006, p.12)

É visível que o autor propõe que o gosto do leitor tem um bom grau de relevância para que se defina o que seja Literatura.

Levando-se em conta que literariedade é o conjunto de características que possibilita a distinção de uma obra literária da outra, fica claro que seu elemento fundamental é a ficcionalidade, um traço relevante da arte literária. Acreditando-se nisso, toda obra de ficção é literatura. Logo, o romance “Onze minutos”, de Paulo Coelho, sendo uma obra ficcional, possui literariedade, conseqüentemente, é literatura. Isso não significa dizer que Paulo Coelho seja dotado de uma intelectualidade ímpar, ou que faça parte das obras vistas como eruditas, mas significa enquadrá-lo informalmente no mundo da literatura como um escritor de Best-Sellers.

É necessário, na atual realidade de sucesso de obras tipo Paulo Coelho, um estudo sobre sua recepção pelo leitor, que não está concretizada apenas em quantidade, mas inserindo-se numa extensão local muito grande, pois está além do solo brasileiro. Apenas criticando, sem se fazer essa reflexão aprofundada, não se pode verbalizar críticas precisas, nem se estabelecer parâmetros, ideias, valores para esse novo “fazer” literário que tem circulado tão receptivamente pelo Brasil e pelo mundo.

3.1 O mercado livreiro fortalecendo a dicotomia: literatura culta e literatura de massa

Vimos até aqui que a indústria cultural no Brasil tem crescido consideravelmente. A década de 1990, por exemplo, esteve num patamar bastante significativo. Utilizando o Jornal Folha de São Paulo, Sandra Reimão traçou um esquema das escolhas dos livros de ficção pelos leitores:

Observando as listas dos dez títulos de ficção mais vendidos de 1990 a 1999, constata-se que, dos 100 títulos resultantes, 48 deles, ou seja, quase a metade, são de autores nacionais. Este é um fenômeno novo. Na década de 1980, a presença de escritores brasileiros nos títulos de ficção mais comprados pelo público nacional ficou em torno de 26% - grosso modo, entre 1980 e 1989, de cada 04 livros de ficção vendidos, apenas um era de autor nacional¹⁶.

A autora responsabiliza o autor Paulo Coelho por parte desse crescimento através do livro *O Alquimista* que entrou para a lista dos mais vendidos em 1989, permanecendo aí por mais 05 anos consecutivos (1990 a 1995). Em 1990, Coelho foi o único autor brasileiro a figurar na listagem dos dez títulos mais vendidos do ano, e três dos seus livros ocuparam os três primeiros lugares do ranking: *O Alquimista*, *Diário de um Mago* e *Brida*. Essa análise de Reimão é confirmada pelo dono da Editora Eco, que foi o primeiro a publicar o livro, e que se ressentiu por ter perdido os direitos autorais de *Diário de um Mago* para a Rocco:

Ressentimento à parte, Mandarino reconhece a importância do autor não só para o mercado editorial, mas para a própria literatura brasileira:

– Paulo Coelho transformou o livro em produto popular e de grande consumo. Revolucionou o mercado editorial no Brasil, que se limitava a ridículas tiragens de três mil exemplares. Com ele o mercado cresceu. Paulo Coelho dignificou o livro no Brasil e a nossa literatura no mundo. (MORAIS, 2008, p. 491)

Não se pode negar que a inserção de Coelho no mercado editorial se deu de forma intensa e contínua, levando as editoras a correrem atrás da “mina de ouro”. E num “mercado editorial ainda muito pequeno (na época) como o brasileiro, era natural que grandes editores se interessassem por um autor que, com apenas dois títulos, havia batido na casa de 500 mil

¹⁶ REIMÃO, Sandra. Os Best-Sellers de ficção no Brasil. Disponível em: <http://www.eventos.nevora.pt/comparada//best-sellersdeficçãonobrasil.pdf>.

exemplares vendidos” (MORAIS, 2008, p. 491). Paulo Coelho era o autor de *Best-Seller* do momento.

Apesar de não figurarem entre os livros da alta literatura (com algumas exceções), os *Best-Sellers* tomaram conta do mercado. Para representar os diferentes fenômenos de produção e reconhecimento de textos, Sodré (1988, p.21) utiliza os termos literatura culta e literatura de massa, e como sinônimo dessa última, usa as expressões folhetim e *best-seller*, que significa, literalmente, “o mais vendido”, ou livro que atingiu um elevado número de vendas, superando todos os outros do seu gênero e durante um determinado tempo. É próprio desse tipo de narrativa ser acessível a um público vasto e heterogêneo, tanto social, intelectual, cultural e profissional, quanto do ponto de vista de idade e sexo.

O mercado livreiro, independente da qualidade literária ou didática de um livro, visualiza este tipo de obra como sendo de boa qualidade, pois o que lhe interessa é a venda do produto. Nesse contexto, o fato de um livro ser classificado como *best-seller* não é proporcional à qualidade literária do mesmo, não dentro dos padrões vistos como necessários para que uma obra seja canonizada.

Para Harold Bloom, “tudo desmoronou, o centro não resistiu, e a pura e simples anarquia se desencadeia sobre o que antes se chamava de *mundo culto*” (2001, p.11). O autor acredita que existe, hoje, uma guerra cultural entre a literatura canônica e a literatura de massa (ou popular, trivial, best-sellers). Isto porque a leitura da maioria dos livros da “alta” Literatura é obrigatória nas instituições de ensino, enquanto uma diversidade de autores e narrativas triviais vem se inserido livremente no mercado editorial e sendo recebidos de forma positiva, lidos com liberdade, por prazer, por gosto próprio. Este já era um receio de Adorno, segundo Puterman:

Adorno se rebelava contra a possibilidade de a produção industrial e cultural vir a atingir um processo de fabricação industrial semelhante ao existente para os demais produtos industriais. Nesse sentido, o trabalho de Adorno apontava para uma crítica

filosófica da indústria cultural e da produção planificada de produções culturais, que se utilizava das técnicas de pesquisa de mercado para atingir um público maior (PUTERMAN, 1994, p.19)

Portanto, não é recente a preocupação de críticos em relação às narrativas que se popularizam. Vale também ressaltar aqui a análise de Zilberman que também vê essa “guerra”, vista por Harold Bloom, mas a coloca como uma dicotomia entre a literatura trivial e a literatura erudita. Em sua visão, essa relação de oposição surgiu como necessidade de preservar o poder Literatura sobre a literatura vista como menor, visto que esta invadia aceleradamente o campo literário, atraindo um público leitor emergente que exigia narrativas menos apuradas do escritor; este, por sua vez, precisava tanto agradar ao leitor, quanto ao mercado:

Como enfatizam Peter Burger e Christa Burger, a noção de literatura como instituição autônoma, formulada pela estética do século XIX, com repercussões visíveis no pensamento literário do século XX, resulta da necessidade de preservar intocado o domínio da arte diante da invasão inevitável do público leitor emergente e das influências daí resultantes. Ao escritor, por sua vez, restou a tentativa de manejar, da melhor maneira, seus leitores, atendendo, de um lado as exigências dos consumidores, para assegurar a subsistência econômica e, de outro, o critério dos críticos, a fim de obter a consagração pessoal (ZILBERMAN, 1984, 14-5).

Mas, ainda na análise da autora, a produção desse tipo de literatura, que se dobra ao mercado, acaba por reforçar um empenho maior dos escritores dedicados aos programas de vanguarda no sentido de elevar mais a literatura erudita, buscando sua independência. Porém, essa busca não serviu de freio para o contínuo crescimento da literatura pautada na trivialidade, ou de massa, ou mesmo, *best-seller*, que foi (é) vista como gênero sem qualidade, sem valor. Para Regina Zilberman, foi exatamente isso que resultou na dicotomia

Que isola e congela os termos de que se compõem, pois não posiciona uma perante a outra, literatura erudita e literatura trivial, embora sejam independentes. E, associada a esta dicotomia, avulta um sistema maniqueísta de valoração, ao negar qualidade à cultura de massa e ao considerar com pessimismo e desalento o crescente e irreversível avanço da indústria cultural (1984, p.15)

A autora cita também outra dicotomia: a de cunho metodológico, “que distingue a literatura com uma avaliação do tipo estético e empurra a literatura trivial a uma abordagem estritamente sociológica” (ZILBERMAN, 1984, p.15), ou seja, baseada nas referências socioculturais do sujeito-leitor.

Realmente não é mais possível deixar de pensar a literatura também como uma história cultural do social coletivo, cujo objeto é a representação de uma sociedade que traduza as posições e interesses do sujeito, que descreva a sociedade tal como este gostaria que fosse, mesmo que essa ideia contenha um alto grau de utopia. A narrativa trivial, porém, não pode se sujeitar a interpretações que não estejam envolvidas no que é coletivo, na cultura, isto é relevante para que se chegue à decifração ou análise de seu significado, já que suas mensagens não fazem outra coisa que não seja dialogar com o estético-cultural do seu receptor. Também não se pode creditar apenas à Literatura (a convencional) o título de legítima, com o poder de intitular leitores como bons ou ruins em decorrência da leitura que este faz, neste contexto, os leitores da literatura vista como menor seriam medíocres:

A utilização do livro por pessoas privilegiadas o estabelece como um segredo do qual somente eles são os “verdadeiros” intérpretes. Levanta entre o texto e seus leitores uma fronteira que para ultrapassar somente eles entregam os passaportes, transformando a sua leitura (legítima, ela também) em uma “literalidade” ortodoxa que reduz as outras leituras (também legítimas) a ser apenas heréticas (não “conformes” ao sentido do texto) ou destituídas de sentido (entregues ao ouvido). [...] (CERTEAU, 1994, p. 266-7)

O autor traz aqui uma reflexão acertadíssima, pois não se pode ver como bons leitores apenas os que lêem autores canônicos, ou teóricos reconhecidos formalmente. É fato que percorreu pelos tempos a ideia de que um bom leitor leria cânones, um mau leitor, qualquer outro tipo de texto.

Nesse contexto, uma obra literária se fundamentaria em si mesma, independente de sua difusão, enquanto outros textos, os lidos por uma grande quantidade de pessoas, ou seja, por uma coletividade, seria de baixo valor. A tendência artística dos *Best-Sellers*, por exemplo, é sua expansão em público, que é desenhada pelo mercado editorial. Levando isso em conta, pode-se dizer que esse gênero se vale do mercado, enquanto a Literatura propriamente dita não depende do mercado da mesma forma. Segundo Silviano Santiago,

O mercado é uma opção que pode movimentar a pena tanto de um Harold Robbins quanto de um Paulo Coelho, tanto do último Vinícius de Moraes quanto do atual Veloso: o mercado está no desejo de manter um diálogo rentável financeiramente

com os contemporâneos e, por isso, de alcance imediato. O *Best-Seller* e a forma *pop* de arte reproduzem em escala milimétrica os percalços de um filme ou de uma telenovela na indústria cultural: ele será o que quer ser, se conseguir se vender extraordinariamente. Ele deixa de ser o que quer ser, caso fracasse nas vendas. (SANTIAGO, 2004 p.121).

Neste contexto, a literatura de Paulo Coelho seria apenas um simulacro? Ou seja, como diz Santiago, “um arremedo bastardo produzido pela indústria cultural?” (2004, p.126) Se a resposta for positiva, não se estaria levando em conta a recepção pelo leitor, pois Paulo Coelho não escreveu apenas um livro, há duas décadas produz livros com sucesso em vendas e em leitura, portanto, tem um público leitor que o recebe positivamente. É, no contexto do conceito, um *Best-Seller*.

O mesmo Santiago diz que “há que se ter menos preconceito para com as formas *pop* de produção artística”, portanto se deve ter menos preconceito ao se fazer análise das narrativas que são vistas como sublitteratura, para não incorrer no erro de desclassificar o leitor das mesmas, já que “ao se analisar e privilegiar o modo de produção da mercadoria cultural e não o modo de produção da recepção daquela mercadoria, desclassifica-se *a priori* o leitor” (SANTIAGO, 2004, p.130).

Realmente não se pode mais incorrer no erro de não valorizar as preferências do leitor, pois não é mais possível, como no passado, direcionar a leitura, é preciso contextualizá-la ao cotidiano do indivíduo que dela se utilizará. Essa não é uma ideia utópica se for possível olhar sem preconceito literário para o tipo de narrativa escolhida pela maioria dos leitores na atualidade. O mercado percebeu e se aproveita disso, já que seu objetivo é muito mais quantitativo que qualitativo; isto, porém, não o afasta da Literatura institucionalizada, mas o leva a utilizar o livro como mercadoria rentável, portanto, adequada ao gosto do leitor, o que é justificado por Silviano Santiago: “sob a luz do abajur e no conforto do lar, o leitor exige (para o seu bem, para o seu mal) o reconforto da leitura digerível e açucarada. Um cálice de *cointreau* ou de *drambuie*, com pedra de gelo” (2004, p.175).

É desse tipo de narrativa, doce como um “cálice de *cointreau*” que se autopreenche a maior parte dos leitores, principalmente os da atualidade. As narrativas do tipo Paulo Coelho, digerível, como diz Santiago, cabem no cotidiano de seus leitores; ainda há de se pensar, em relação a Coelho, na questão da cultura do outro, a que vem de fora, mas que foi devorada num ato natural de antropofagia, já que suas narrativas ambientam-se em culturas diversas, sem se distanciar do local Brasil, é como se estar lá e cá ao mesmo tempo. Como autor de romances *Best-Sellers*, enredados na trivialidade da existência humana e toda sua problemática inserida no *ser*, Coelho é um autor bastante ignorado enquanto escritor pela crítica, tornando difícil se fazer uma análise de sua obra. Para fazer um estudo deste tipo é necessário ter “disposição altruísta, que inclina torcer pelo êxito das relações interindividuais e coletivas, a sintonizar afetivamente com as vítimas da exclusão, de afronta, de desprezo ou desrespeito” (JOACHIM, 2008, p.11). É preciso se revestir de imparcialidade literária para não se cometer o erro de olhar com preconceito o que está fora do que deseja a crítica da Literatura.

Levando-se em conta que toda sociedade ou grupo social possui diferenças em sua cultura, ou contradições de ordem sócio-econômicas, todo grupo social aceita ou reproduz idéias, valores, modos de agir, de viver da forma que lhe é mais conveniente; é nesse ponto que se devem fixar os estudos, nas diferenças como algo positivo, não na questão de maior ou menor valor, para não se cair no erro de fazer julgamentos equivocados do tipo: Literatura e subliteratura. São gêneros diferentes que pertencem ao universo literário, uns se sobressaem a outros em características particulares a cada estilo de escritura, ou gênero de escrita. A literatura não convencional, nesse caso, especialmente os *Best-Sellers*, se sobrepõe à Literatura em circularidade e vendas, esta se sobrepõe a aquela em estrutura e conteúdos engajados nos interesses sociais e coletivos. Ambas, porém, tem o leitor como norte para a efetivação de suas obras.

Sendo assim, o que se configura como Literatura enriquece o leitor com ideias e conceitos, leva-o a repensar sobre suas ações e/ou, até mesmo a tomar decisões, o que não ocorre, geralmente, com o *Best-Seller*. Porém, deve-se pensar que os livros deste gênero podem até não está no mesmo plano em relação a conceitos e idéias, mas trazem situações de prazer, que parte de um ajuizamento¹⁷ do leitor, que não esquecerá da experiência prazerosa que teve durante a leitura, isto é relevante para a manutenção do gênero *Best-Seller*. Leve-se em conta que o ajuizamento é um juízo apreciativo (em relação ao gosto), por isso difere do juízo que busca formular conceitos tendo em vistas o conhecimento; no juízo de gosto “a representação é referida inteiramente ao sujeito e na verdade ao seu sentimento de vida, sob o nome de sentimento de prazer ou desprazer [...] e em nada contribui para o conhecimento [...]” (KANT, 2010, p.59), mas é relevante como entretenimento. O mercado sabe disso e investe nessa mercadoria de primeira.

3.2 A força do marketing literário para o mercado livreiro

As narrativas feitas para um público leitor determinado (aquele que busca uma literatura mais acessível, que não lhe cause estranheza¹⁸), são produtos de mercado, sendo assim, necessitam de propaganda, de um trabalho de marketing realizado pela própria indústria editorial ou pelo seu autor. Nesse sentido, podemos dizer que Paulo Coelho é um mestre em propagar sua mercadoria, como confirma Moraes:

Quando escreveu o primeiro livro, *O Diário de um Mago*, ele dividia com a mulher, a artista plástica Christina Oiticica, o trabalho de distribuir folhetos de propaganda nas portas dos teatros e cinemas do Rio de Janeiro, e depois percorria as livrarias da

¹⁷ KANT, Immanuel. *Crítica da Faculdade do Juízo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, p.55.

¹⁸ Harold Bloom vê a estranheza como sinal de originalidade que pode conquistar status canônico para uma obra literária. Em *O cânone Ocidental: O Livro e escola do tempo*, 2001.

Zona sul da cidade para saber quantos exemplares tinham sido vendidos. Passaram-se vinte anos, mudaram a metodologia e a tecnologia, mas o escritor continua o mesmo: pelo telefone celular ou recebendo no notebook serviços online exclusivos, ele controla, de onde estiver, a edição, distribuição, repercussão na mídia e colocação de cada um dos seus livros nas listas dos mais vendidos – da Terra do Fogo à Groenlândia, do Alasca à Austrália. (2008, p.19)

Inicialmente, as vendas de *O Diário de um Mago* foram lentas, mas o empenho do autor em fazer marketing do seu rebento, levou-o ao status de *best-seller*. Vinte anos depois de sua publicação, o livro já havia sido traduzido para 44 idiomas. Sua biografia, feita por Fernando Morais (2008, p.471) afirma que o autor se empenhava na difusão do livro, divulgava-o na imprensa falada e escrita, além de dar palestras sobre o mesmo; também contratou uma jornalista, do próprio bolso (segundo Morais), para divulgar o livro na mídia, portanto, utilizou-se do jabaculé¹⁹.

Essa estratégia foi usada em todos os outros lançamentos. Como era uma quase obsessão de Paulo Coelho se tornar escritor, era também uma obsessão fazer sucesso, ser reconhecido pelo público e pela crítica. Do público ele recebeu o reconhecimento desejado, vende milhões de livros, tanto no Brasil quanto em outros países, mas da crítica é alvo de flechadas, é mais bem visto pela crítica literária internacional do que pela brasileira:

Se o mundo se curvava diante de Paulo Coelho, a crítica brasileira parecia fiel à máxima cunhada pelo compositor Tom Jobim – segundo a qual “no Brasil o sucesso alheio é recebido como ofensa pessoal, uma bofetada” – e continuava tratando seus livros a pauladas. O estouro de *L’ Alchimiste* parece tê-lo animado a peitar os críticos. “Antes meus detratores poderiam até concluir, injuriosamente, que os brasileiros eram burros por que me liam (...). Agora, com meus livros sendo muito bem vendidos no exterior, fica difícil universalizar a acusação de burrice”. Nem tanto. Para o crítico Silviano Santiago, doutor em Literatura pela Sorbonne, ser *best-seller* mesmo num país como a França, não significava absolutamente nada. “É preciso desmistificar o sucesso que ele faz na França”, declarou à revista *Veja*. “o público francês é tão medíocre ou pouco sofisticado quanto o grande público de qualquer outro país”. (MORAIS, 2008, p.527)

Essa intervenção negativa da crítica brasileira, porém, não funcionou como ponto negativo para o público leitor que parecia (parece) interagir intensamente com a temática usada pelo autor, alheio aos discursos proliferados através da mídia. Michel de Certeau

¹⁹ Nome que se dá ao pagamento por reportagens ou comentários radiofônicos favoráveis a um disco (nesse caso, foi a um livro).

(2003) analisa que cada leitor comum se apropria da leitura a sua maneira, induzindo-lhe o significado que faz sentido para sua compreensão; longe de serem passivos, esses leitores, segundo o autor, agem como plagiadores, pescando um significado daquilo a que têm acesso.

Mas, apesar de todo o marketing literário utilizado pelas editoras e autores, a produção e venda de livros no país, em 2000, não foi tão positiva, houve um declínio em comparação ao ano anterior. Segundo Reimão, “apenas três autores nacionais estão na lista dos mais vendidos de ficção de 2000”, entre eles, João Ubaldo Ribeiro, Ítalo Marconi e novamente Paulo Coelho, agora com o livro *O demônio e Srta. Prym*. Reimão credita parte dessa baixa presença de autores brasileiros ao fenômeno mundial *Harry Potter*²⁰. O mercado industrial tem suas estratégias de vendas (propagandas, preços...) e isso explica a busca por escritores que tenham público próprio, a exemplo de Coelho:

[...] as empresas têm uma certa margem de manobra para fixar preços e se transformarem em *prince makers* (sic), o que é particularmente importante na indústria do livro, pois cada título define um produto distinto, de substitutibilidade relativamente pequena – como trocar um romance como *Diário de um mago* por um livro técnico como *Introdução à Estatística?* (EARP & KORNIS, 2005, p.23-4)

Portanto, a indústria cultural possui estratégias particulares de valorização do produto que colocará no mercado, que seja favorável às vendas; vendem-se livros para todos os gostos, e não marcas como ocorre com outros produtos (carros, por exemplo); mas o que sustenta o mercado livreiro (ou Indústria fonográfica) são os livros que alcançam grande público, como os de Paulo Coelho. Os consumidores desse tipo de narrativa não estão em busca de uma marca que os resguarde, mas de uma leitura que os deixe, mesmo que momentaneamente, em estado de ilusão, “sonhado acordados”. Uma indústria automobilística, por exemplo, tem como ponto relevante a marca do produto, muito mais que o conteúdo, diferente da indústria cultural:

²⁰ REIMÃO, Sandra. Os best-sellers de ficção no Brasil – 1990/2000. Disponível em: <http://eventos.nevora.pt/comparada/volumeI/osbest-sellersdeficçãonoBrasil.pdf>. Acessado em 26.10.2010, às 13h20.

Isso não acontece com os produtos da indústria fonográfica. Para o consumidor, pouca diferença faz se o livro, disco ou filme é produzido por tal editora, gravadora ou produtora. Para o consumidor, a chancela institucional de grandes empresas nos produtos culturais tem uma importância secundária, pois o que primeiro atrai nos produtos desta indústria é o conteúdo. (PUTERMAN, 1994, p.63)

Infere-se aqui que a compra do produto livro perpassa pela opinião de quem o compra, isto é, “pela psicologia do comprador expressa em suas preferências” (PUTERMAN, 1994, p.64). Nesse contexto, a dicotomia literatura culta e literatura de massa (ou narrativa trivial) ficou mais resistente com a industrialização, ou seja, com a cultura mercadológica, cujo interesse, como já foi dito, é muito mais quantitativo que qualitativo, um mercado que fabrica sonhos e ganha muito dinheiro, levando autores e livros ao status de Best-Sellers.

3.2.1 A propaganda e a Internet elevando a popularidade do livro

A publicidade “é um elemento absolutamente indispensável na sustentação de todo o edifício simbólico da comunicação de massa” (ROCHA, 1995, p.38), ou “paga a conta”. Neste contexto, é um bem do qual os produtos industrializados não podem se separar.

Se observarmos os diversos produtos industrializados que se proliferam pela mídia, que são produtos de sucesso e giram em torno dos interesses psicológicos e sociais dos receptores, podemos perceber claramente a intenção de persuadir alguém a comprar a ideia como boa. Se os *Best-sellers* têm como mote entreter, acalantar um desejo, possuem nas entrelinhas do seu texto um tom persuasivo, já que deseja que o leitor também compre essa ideia. Nesse sentido, o *marketing* é o meio pelo qual irá atrair o receptor. Esse marketing é realizado pelos meios de comunicação que funcionam como uma ponte entre o produto e o receptor, entre o *Best-Seller* e o leitor. Reimão diz que “nos anos 90, manteve-se a tendência, já verificada desde os anos 70, de que a forte presença de um determinado autor em

programas da televisão aberta pode incrementar a venda de seus livros”. Paulo Coelho faz isto com um prazer indisfarçável.

O escritor Paulo Coelho, apesar de aparentemente está conectado com o gosto do seu público leitor, usa bastante a estratégia de marketing para realizar suas vendas e, conseqüentemente, chegar ao sucesso desejado. Quando publicou *O Alquimista*, por exemplo, sua esposa Christina Oiticica e ele fizeram propaganda através do “corpo a corpo”:

Ela e Paulo adotaram com *O Alquimista* a mesma tática usada no primeiro livro: continuava freqüentando portas de teatros, bares e cinemas, visitando livrarias e presenteando vendedores com livros autografados. Da experiência no mundo fonográfico, Paulo importara para o universo literário uma prática condenável – o jabaculê, nome que se dá ao pagamento por reportagens ou comentários radiofônicos favoráveis a um disco (no caso, a um livro)... Ele e Chris tinham clareza de que estavam numa guerra onde valia tudo. (MORAIS, 2008, p.479)

Morais sai em defesa do autor ao dizer que “eles estão numa guerra onde vale tudo”. Na verdade, ele está reafirmando as críticas imputadas a Coelho, de que ele só vende muito porque faz propagandas, porque investe pesado na sua produção, tem inclusive sua própria agência literária, algo bastante peculiar ao escritor, que é vaidoso e gosta de cuidar da própria imagem; é um caso atípico de escritor que tem uma agência literária, ou publicitária, trabalhando exclusivamente para ele, a Sant Jordi, onde atua Monica Antunes, sua agente também exclusiva:

[...] Mônica converteu-se na ponte que liga o escritor ao mundo editorial. Tudo o que diga respeito ou envolva, direta ou indiretamente, sua produção literária passa obrigatoriamente pelo sétimo andar do moderno edifício de escritórios onde funciona a agência literária Sant Jordi Associados (sic) – nome catalão de São Jorge, padroeiro dos livros. O editor que tentar aproximar-se diretamente de Paulo Coelho, sem passar pela agência, terá seu nome escrito na lista negra de Mônica – cuja existência ele nega com mau humor. (MORAIS, p.16-17).

Em conjunto, eles aprovam ou desaprovam as estratégias de *marketing* para lançamento dos livros e da imagem do autor, que não quer ser visto como “um mago”, mas como um escritor. Para minimizar essa imagem de “mago”, Paulo Coelho passou a frequentar ambientes literários e passou a citar mais autores em entrevistas; o objetivo de entrar para academia brasileira de Letras coroaria esse desejo, que foi concretizado em 2002.

A internet, outro grande veículo de propagação e marketing de produtos, é também espaço para divulgação e exposição de livros. Através da Internet, Paulo Coelho divulga seus romances e interage com seus leitores. O autor possui um blog, um site, twitter, e oferece seus livros como e-books, acessível a qualquer internauta. Ao descobrir que a Internet não “roubaria” leitores da livraria, através do sucesso do seu primeiro livro colocado no blog, antes mesmo de chegar às livrarias, Paulo Coelho tornou-se um escritor também informatizado. O livro em questão foi a *Bruxa de Portobello*, que além da novidade técnica (conta a história de uma jovem cigana abandonada pela mãe, através de depoimentos de quinze personagens diferentes), havia a novidade tecnológica: ter sido publicado primeiro na internet.

[...] Colocada no blog do autor antes de a edição impressa chegar às livrarias do Brasil e de Portugal, em apenas dois dias a página eletrônica recebeu 29 mil visitas, um resultado inesperado por todos, a começar do autor. “Foi uma surpresa fantástica, que comprovou como a internet se tornou um território obrigatório para o escritor dividir seu trabalho com o leitor”, declarou aos jornais. [...] como se quisesse reafirmar que “enfrentar a pirataria no campo dela” não era apenas uma frase, o site que passou a disponibilizar seus livros na web (<http://piratecoelho.wordpress.com>) traz uma foto do autor de bandana na cabeça e tapa-olho negro – como se fosse um verdadeiro corsário. (MORAES, p.597-8).

Segundo a Revista Veja (04/06/2008), “*O Mago* retrata Coelho como uma vítima da mídia, perseguido pela intelectualidade elitista e preconceituosa”, e dar créditos ao autor no terreno do misticismo, mas também revela ações negativas do mesmo:

Epifanias, assombrações, visões angelicais – a biografia dá crédito a tudo o que é bobagem sobrenatural. Nas páginas que precedem essas aventuras mágicas, porém, Paulo Coelho aparece falsificando a assinatura do próprio pai, plagiando um texto de Carlos Heitor Cony e dando entrevistas sobre um encontro com John Lennon que nunca aconteceu. O leitor que conhece aritmética básica pode levantar a dúvida legítima: as aventuras sobrenaturais do tal "mago" não serão invenções da mesma ordem? Paulo Coelho é um péssimo escritor, mas talvez seja um gênio da ficção.²¹

O autor parece viver de fantasias. Parte de sua história está envolvida em situações de loucuras, inseguranças, dúvidas (até mesmo sobre sua própria sexualidade); seu perfil assemelha-se ao de uma pessoa que possui um complexo de inferioridade tão intenso que para

²¹ Veja, Edição 2063, de 04/06/2008.

superá-lo é capaz de utilizar-se até mesmo de meios ilícitos para obter o que deseja. Mas Paulo Coelho é também um escritor que está concatenado com o tempo em que vive, por isso utiliza-se também dessa nova versão do livro, o digital.

Inicialmente, quando esse novo gênero eletrônico – o e-book, surgiu, causou alvoroço, pois circulou pelo meio acadêmico a ideia da “morte do livro” em detrimento do seu surgimento, entretanto, o tempo passou e isso não ocorreu, nem ocorrerá, mesmo que se tenha certeza que o “mundo digital” é uma realidade assustadoramente certa. O objeto livro é válido como documento, está escrito, registrado, não se perderá nem terá problemas com a falta de energia, nem tão pouco com o congestionamento eletrônico. Existem exemplos, como a invenção do rádio que não destruiu o jornal impresso, este continua, cada vez mais em alta, ainda mais que a invenção que tirou o sossego de muita gente naquela época. Robert Darnton, reflete sobre isso:

Em 10, 20 ou 50 anos, o ambiente da informação será esmagadoramente digital, mas a predominância da comunicação eletrônica não significa que o material impresso deixe de ser importante. Pesquisa feita na ‘História do Livro’, disciplina relativamente recente, demonstrou que novos modos de comunicação não substituem os velhos – pelo menos no curto prazo. Na verdade, a publicação de manuscritos se expandiu após Gutenberg e continuou progredindo por três séculos. O rádio não destruiu o jornal, a televisão não matou o rádio e a internet não extinguiu a TV. Em cada caso, o ambiente de informação se tornou mais rico e mais complexo. É essa a experiência por que passamos nesta fase crucial de transição para uma ecologia predominantemente digital.²²

Hoje, muitos autores fazem uso dos e-books para se manterem na mídia, para conquistar mais leitores, para universalizar sua arte. Paulo Coelho é um desses escritores. Atualmente, podem-se fazer leituras no site do autor em vários idiomas diferentes, como português, inglês, francês, espanhol... Pode-se também ler seus romances, ou apenas os resumos dos mesmos; é possível também conhecer o autor através da síntese biográfica que se encontra lá, bem como tomar conhecimento dos locais por onde este circula, ler seus artigos,

²² DARNTON, Robert. O livro na era da Internet: Cinco mitos sobre a idade da informação. Disponível em: <http://pbcib.ernod.com>. Acesso em 08/04/2011, às 20h35.

inclusive os postados em outros países. Quem quiser se aproximar mais do escritor pode acessar seu *twitter* ou blog, e enviar mensagens, trocar opiniões.

Darnton analisa que “livros velhos e e-books não ocupam extremos oposto e antagônicos num espectro tecnológico”²³, por isso deve-se pensá-los como aliados e não como inimigos. Ocorre uma grande preocupação, por parte de alguns estudiosos, como Darnton, com a diminuição de leituras profundas e reflexivas, entretanto, este se recusa a acreditar que o sucesso digital dos e-books “possa conduzir ao tipo de compreensão que se adquire com o estudo contínuo de um livro”²⁴. Não se pode deixar de concordar com o crítico.

É agradável saber que, apesar da existência dos e-books, o livro impresso é campeão de vendas na Internet, segundo Nielsen/NetRatings, um verificador de consumo online; dos 875 milhões de e-consumidores, 41% compram mais livros que qualquer outro produto (dados recolhidos em 48 países).

Em 2005, as três maiores revistas semanais: Isto é, Veja e Época tinham a mesma capa: o escritor Paulo Coelho e o seu novo livro, "O Zahir". Além das três revistas no fim de semana, o lançamento ganhou as capas dos cadernos culturais de terça-feira do "Estadão" ("Paulo Coelho no reino das celebridades") e do "Globo" ("A mágoa do mago"), Folha de São Paulo. Segundo Marcelo Beraba:

Revistas e jornais já fizeram, fazem e continuarão a fazer acordos, nem sempre transparentes, com produtores de livros, filmes, CDs e DVDs para garantir os lançamentos que consideram importantes. É um risco que correm porque os leitores desconfiam de reportagens que parecem campanha publicitária.²⁵

Ou seja, houve uma grande mudança nas estratégias usadas pelas revistas de jornais, para crescerem suas vendas, aos poucos trocaram o noticiário pesado dos assuntos públicos por seções mais leves e temas relativos à vida pessoal, como saúde, crenças, comportamento.

²³ Id Ibid p.62.

²⁴ Id Ibid p.62.

²⁵ BERABA, Marcelo. Três vezes Paulo Coelho. Veja, São Paulo, 28 de março de 2005.

Deu certo sob o ponto de vista comercial, tanto que as revistas obtiveram crescimento maior em relação a 2003. Paulo Coelho foi editado em oito páginas (o mesmo espaço dado pelas três revistas: *Época*. Veja e Isto É) sob a rubrica *Celebridade*. A revista *Época*, que assinou acordo com a Editora Rocco, pôde publicar com exclusividade um encarte com um capítulo do livro; a escolha de *Época* foi do próprio Coelho. O texto sobre o lançamento, além de uma entrevista exclusiva, foi editado na seção *Literatura*.

Os meios de divulgação da Literatura são relevantes à medida que leva em conta o consumidor do produto livro. Nesse contexto, sabe-se que o mercado livreiro utiliza-se de estratégias para saber o tipo de livro que tem melhor vendagem, muito mais que o tipo de livro que tem mais qualidade. Olhando-se por esse ângulo, não é um equívoco dizer que o meio de divulgação, ou seja, o mercado influencia de certa forma na criatividade dos que criam, levando-se em conta que os *Best-Sellers* seguem uma estrutura que se adéqua ao desejo do leitor. Cada época foi influenciando com maior ou menor intensidade sobre os meios de comunicação e divulgação da arte, de um modo geral:

Épocas diferentes da história da humanidade correspondem a meios diferentes da divulgação das mensagens, e assim a civilização é influenciada tanto por estas quanto pelos próprios meios que as espalham pelas coletividades. A industrialização crescente da sociedade ocidental, a partir do século XIX, foi criando meios coletivos de divulgação de notícias, de maneiras de pensar, de obras de arte, assim como de artefatos variados. (PUTERMAN, 1994, p.29)

Essa divulgação foi iniciada por meio de jornais e periódicos, depois veio o rádio, jornais, revistas, cinema, televisão e, hoje, de forma ainda mais rápida e intensa, a internet. Todos esses meios de comunicação agem sobre a população que vai revendo sua própria vida e noção de mundo, modificando suas ações, “isso porque cada tecnologia altera o comportamento humano, uma vez que os indivíduos passam a receber mensagens que anteriormente não os alcançavam” (p.29). Nesse contexto, a propaganda e o marketing usados tanto pelo mercado do livro, quanto pelos próprios escritores realmente influenciam na compra do produto livro, já que está interligado ao desejo daqueles que compram.

4 PAULO COELHO: UM FENÔMENO ENTRE OS BEST-SELLERS

Um dos principais objetivos de um escritor é obter leitores para suas obras, por isto, precisa adaptar-se ao seu público leitor; essa adaptação consiste no reconhecimento daquilo que o leitor deseja, ou seja, a preferência deste; sendo assim, deve utilizar-se de argumentos e/ou recursos que possam persuadir o leitor a buscar a leitura de suas obras. Paulo Coelho é um desses escritores, que depois que descobriu a fórmula não mais a abandonou; é visível, na maioria de seus livros, analogia na estrutura e temática, além da função “pedagógica” que é característica do autor. A própria vida de peregrinação em que vive Coelho é uma constante em seus romances, como se ele estivesse escrevendo sua própria vida através das histórias e personagens.

Paulo Coelho foi um adolescente rebelde que desafiou os pais porque queria ser escritor. Seu pai, o engenheiro Pedro Coelho de Souza, que se opunha radicalmente aos desejos do filho, não podia imaginar que uma das obras dele, *O Alquimista*, um dia se tornaria um dos livros mais vendidos do Brasil e do mundo. Na tentativa de que este desistisse de enveredar por esta carreira, seus pais o internaram três vezes na Casa de Saúde Doutor Eiras, no Rio de Janeiro; o jovem chegou a tomar choques como tratamento. Algum tempo depois, deixa o colégio jesuíta Santo Inácio e a casa dos pais para sobreviver de pontas no teatro. Tornou-se um *hippie*²⁶.

²⁶ Ser hippie é fazer parte de um movimento que se convencionou chamar contracultura, iniciado nos EUA nos anos de 1960, cuja bandeira é “Paz e amor”. Os hippies defendiam o amor livre e a não violência; usavam roupas velhas e naturalmente rasgadas, em oposição ao consumismo; rejeitavam produtos de beleza, gilete de barbear, xampus, perfumes e outros instrumentos artificiais; usavam drogas; eram muito místicos e adeptos ao nomadismo e à vida em comunhão com a natureza. Disponível em: <http://www.pt.wikipedia.org.com.br/>. Acessado: 17/06/2011, às 2h45.

Apesar de todas as tentativas de fazer sucesso como escritor, Coelho só obteve fama mesmo depois que conheceu Raul Seixas; na época, o autor fazia parte de um grupo satanista e era editor da revista *A pomba*²⁷, usava vários tipos de drogas e fazia parte do mundo *hippie*,

entretanto, segundo Morais, Paulo Coelho era um intelectual que aos 25 anos já “havia lido – e comentado, com atribuição de estrelas – mais de quinhentos livros” (2008, p.284), enquanto Raul Seixas, era careta, andava sempre bem arrumado e bem penteado, barba feita, não usava drogas nem tinha contato com sociedades místicas, “trabalhava como produtor musical de uma gravadora multinacional, a CBS, andava sempre de cabelos aparados, paletó, gravata e pasta de executivo na mão. Nunca experimentara drogas” (2008,pg.284). Apesar dos contrastes, os dois acabaram virando parceiros musicais.

Paulo Coelho foi, aos poucos, mudando o cantor, apresentou a ele as drogas, o satanismo, e “não precisou muito para que Raul e Edith [esposa] fossem atraídos para o vertiginoso feitiço das drogas e da magia negra” (MORAIS, 2008, p.310). Segundo o biógrafo, os dois fundaram a Sociedade Alternativa (inspirada na experiência desenvolvida por Aleister Crowley²⁸ e utilizaram a música para divulgá-la, a exemplo da música de mesmo nome “Sociedade Alternativa”, cujo refrão dizia: “Faze o que tu queres, pois é tudo da Lei/ Viva! Viva! Viva a Sociedade Alternativa!”; além de transcreverem trechos inteiros do *Liber Al*, criada por Crowley: “Faz o que tu queres/há de ser tudo na Lei/A Lei do forte/Essa é a nossa Lei/A Lei de Thelema...”, deixando claro para quem a dupla estava a serviço; converteram-se em porta-vozes da organização na qual Crowley estava inserido, a O.T.O.

²⁷ “A Pomba” foi publicada irregularmente entre 09/1970 e 07/1972, pela editora *Poster Graph* e fazia parte da imprensa marginal alternativa da época. Disponível em: <http://www.apomba.vigna.com.br>. Acessado em: 17/06/2011, às 2h30.

²⁸ Crowley escreveu o Livro da Lei (*Liber Al Vel Legis*) que proclamaria o fim de uma era (ou Eon) marcada pelo sofrimento, pela intermediação entre Deus e o homem, o Deus sacrificado; em seu lugar haveria, agora, o deus de alegria, onde o homem teria a liberdade de realização de sua própria vontade. A epígrafe dessa Lei é: “Faze o que tu queres há de ser o todo da Lei”. Disponível em: <http://WWW.artemagicka.com/terion/biografia/htm>.

(Ordo Templis Orientis, uma organização de cunho maçônico, místico e mágico que reivindica para si a detenção do conhecimento outrora pertencido aos lendários cavaleiros do Templo), ou seja, do demônio, segundo Moraes (2008, p.315).

Existe algo semelhante entre Paulo Coelho e Aleister Crowley, ambos tiveram muitos casos amorosos, usavam drogas, além da atração pelo ocultismo e magia. Como seguidor de Crowley, também visto na época como *A Besta*²⁹, não é surpreendente que Coelho seja místico, dado à magia, entretanto, este parece copiar algumas ações daquele.

Porém, depois de passar por tantas experiências alucinantes, Paulo abandona o satanismo, despende-se do mundo das drogas, enquanto Raul vai virando “o maluco beleza”; não foi um caminho fácil para o escritor, era difícil desvencilhar-se do passado, pois “as paranóias, medos e complexos continuavam corroendo sua alma” (MORAIS, 2008, p.352). Reverteu-se à fé cristã (1982) depois desse período em que “abjurou a fé e aderiu a seitas demoníacas” (2008, p.48).

Na busca pela fama, Paulo Coelho cometeu alguns pecados, como o plágio. Na década de 1960, em Aracaju, pedem a ele que escreva um artigo contra a ditadura para publicar num jornal local; sem tempo (ou inspiração), pois estava fugindo da família de uma moça a quem supostamente engravidara, ele retira de sua bolsa um recorte de um jornal carioca e copia, “sílabo por sílabo, um artigo que vergastava a ditadura militar por acabar com as liberdades do Brasil. Manteve o mesmo título e só trocou o nome do autor” (MORAIS, 2008, p.202-3), Carlos Heitor Cony, pelo seu. Na década de 80, lança seu primeiro livro, *Arquivos do Inferno*, um dos capítulos era uma suposta psicografia do inquisidor espanhol Tomás Torquemada

²⁹ “A Besta” seria um anticristo; um monstro terrível que persegue os habitantes da terra; também pode ser uma pessoa má de influência mundial, como Hitler por exemplo. Disponível em: <http://www.opoderprimário.com.br/mago-besta-otário>. Acessado em 16/06/2011.

defendendo a tortura, na verdade, era um plágio do livro *A verdade sobre a inquisição*, de Henrique Hello.

O autor tem como objetivo, quase obsessivo, ser escritor. Mas também tem outras ocupações, como a manutenção do Instituto Paulo Coelho, no Morro do Pavão-Pavãozinho, em Copacabana, que oferece cursos gratuitos e atendimento médico para 250 crianças e idosos carentes. Também possui uma empresa em Portugal, desde 1995, de produtos de luminárias; com sede em Alcobaça, a *Paulo Coelho*[®], que reúne num espaço de 1200m² de área coberta, os departamentos de *design*, produção e comercial. A empresa, que também faz projetos de *design* nas áreas de arquitetura, decoração, hotelaria e restaurantes, é presença confirmada em feiras conceituadas como a *Feira de Eurolice*, em Milão e a também famosa *Maison Objet*, em Paris³⁰.

Leitor assíduo desde criança, hábito que nunca abandonou, Coelho também gostava de fazer críticas literárias, e dava estrelas como categoria para os melhores livros lidos:

Ele lia muito e lia de tudo, de Cervantes a Kafka, de Jorge Amado a Scott Fitzgerald, de Ésquilo a Aldous Huxley, Lia dissidentes soviéticos, como Alexandr Soljenítsin, e brasileiros escrachados como o humorista Stanislaw Ponte Preta. Lia, fazia um pequeno comentário sobre cada obra e, como os críticos literários que tanto o infernizariam, distribuía estrelas a seu bel-prazer. Receber quatro estrelas, a mais alta cotação, era privilégio de poucos, como Henry Miller, Borges, Hemingway. E com a maior sem-cerimônia era capaz de juntar num mesmo saco livros como *Um sonho Americano* (Norman Mailer), *Revolução na Revolução* (Régis Debray) e dois clássicos brasileiros, *Os sertões* (Euclides da Cunha) e *História da Economia do Brasil* (Caio Prado Jr.), todos classificados na humilhante categoria dos “sem cotação – zero estrela”. (MORAIS, 2008, p.246).

Como crítico literário, o autor realmente deixa a desejar em relação às estrelas que dava a alguns dos nossos grandes escritores, entretanto, como refletiremos no próximo capítulo, partindo da teoria de Kant sobre a questão do *gosto*, é preciso respeitar o olhar de cada um, o gosto particular do indivíduo.

³⁰ No site <http://www.paulocoelho.com/news>, pode-se checar essas informações.

Paulo Coelho é um personagem cheio de manias, defeitos e qualidades, que viveu os anos loucos da geração *hippie*, foi torturado pela ditadura, usou drogas, foi internado em um asilo para loucos e sobreviveu para ser um dos escritores brasileiro mais lidos do mundo e o mais “desprezado” pela intelectualidade. Escreveu muito e em pouco tempo, conseguiu superar os obstáculos e realizar seu maior sonho, como registrou em seu diário: “Cada dia parece mais difícil conquistar meu grande ideal: ser alguém famoso e respeitado, ser aquele que escreveu o Livro do século, o pensamento do milênio, a História da Humanidade” (MORAIS, 2008, p.396). Como a modéstia não é uma qualidade do autor, a arrogância é visível em suas palavras. Entretanto, apesar do grande sucesso adquirido e de ter vendido milhões de cópias de livros, não escreveu o livro do século nem a história da humanidade.

A despeito de sua não visibilidade, por parte da grande maioria da crítica, como escritor de Literatura, Coelho circula pelo mundo das Letras; faz parte da ABL (Academia de Letras Brasileira), concede entrevistas a jornais e revistas brasileiras e internacionais, aparece na TV, e vendeu (segundo Moraes, como já foi dito) 100 milhões de livros, traduzidos 455 vezes e publicado em 66 idiomas, em 16 países; isto o torna, a despeito de sua não-credibilidade, um escritor de *Best-Sellers*, condecorado com muitos prêmios pelo mundo, como: *Prêmio Internazionale Flaiano* (Itália, 1996), *Livro de Ouro* (Iugoslávia, 95,96,97,98,99,2000 e 2004), *Prêmio Sara Kubtschek* (Brasil, 1998); *Medalla de Ouro da Galicia* (Espanha, 1999); *Club of Budapest Planetary Arts Award* (em reconhecimento por sua obra literária, na Alemanha, 2002); *Prix de La Littérature Consciente de La Planète* (França, 2003); *Prêmio Kiklop* (por o Zahir, na categoria “Best-Seller do ano”, na Croácia, 2006); entre outros que podem ser vistos na biografia do autor escrita por Moraes (2008, p.612-3).

A obra de Paulo Coelho é relativamente grande, composta de 22 livros, dos quais foram escolhidos três para esta pesquisa: *O Alquimista*, *O Demônio e Srta Prym* e *Onze*

minutos, que apesar de histórias diferentes, têm características bastante semelhantes, como o pedagogismo, cuja intenção é dar lições de vida ao leitor; o maniqueísmo; a linguagem simples, leve e corrida; o uso de clichês; um herói, ou heroína, tipificado como pessoa comum que deseja a realização pessoal; e o *happy end* desejado pelo leitor. Neste contexto, é também uma narrativa trivial, já que contém elementos relevantes da mesma. Um *Best-Seller* geralmente contém características da narrativa trivial, pois “encena, em sua estrutura profunda, o ritual da eterna vitória do bem sobre o mal, definidos a priori, maniqueísticamente, sem maior discussão” (KOTHE, 1994, p.7). Nesse jogo entre o bem e o mal, situa-se a existência humana, que favorece a relevância desse paradigma nas narrativas que os insere em seus enredos.

4.1 Narrativa trivial: sinônimo de popularidade do Best-Seller

A literatura de massa, literatura popular, narrativas voltadas para a trivialidade, os best-sellers, como já foi dito, geralmente são vistos como produtos de mau-gosto, empobrecidos literariamente e destinados a um público de cultura inferior. Entretanto, se esteticamente esses produtos não possuem valor literário, se não se levar em conta o gosto do leitor, não se pode dizer que não tenha valor social, já que os mesmos penetram numa grande área pública.

Destarte é relevante se repensar sobre a importância dessas narrativas, pois se por um lado elas são vistas como destituídas de qualidade estética e por isso um objeto não-discursivo, por outro, alcança um elevado número de leitores e fazem de seus escritores grandes “vendedores” de livros. Portanto, abre-se aqui um espaço para o discurso científico sobre essas narrativas que, apesar de não se enquadrarem na Literatura (a alta, erudita, etc.),

são produtos Vips do mercado editorial; não se pode negar, então, sua importância como *Best-Sellers* e como relevante elemento social: é inegável, independente da qualidade literária, o que essas narrativas representam enquanto veículos sociais por atingir a um incontável número de receptores.

Levar em conta a ideia de que aquilo que se populariza tem menos valor, é dizer que a grande maioria da população possui pobreza intelectual, e isso é ser preconceituoso e inadequado, pois tudo é uma questão do ponto de vista que se olha, do ângulo em que se coloca a questão cultural. Entretanto, é verídico o fato de que se norteia para “as massas” o sucesso de determinados gêneros literários que estão fora do contexto do que se espera de um texto enquanto Literatura. Provavelmente, isso se deve ao fato de que não se olha as narrativas a partir desse entrelugar onde as massas se inserem, mas sim da produção institucionalizada; ou é exatamente isso que se deseja: produzir bons textos para a elite e para as “massas” somente diversão, entretenimento, por se considerar que estas não seriam intelectualmente favorecidas para entender um texto exemplarmente literário:

Na era da cultura de massas, têm-se massas sem ter cultura. Os melhores produtos do espírito humano não são levados de modo efetivo à população. Não se procura educar o povo através da arte: procura-se divertir; nem se quer se dá tanto mais diversão quanto se tem pão, pois a pobreza espiritual acompanha a material. A teoria literária e a semiótica deveriam ser capazes de formular conceitos aptos a empreender essa síndrome, mas é exatamente isso o que se procura evitar. O idealismo teórico preponderante leva ainda a uma “importação” indiscriminada de teorias, que parecem com a aura da metrópole. Elas são uma contribuição imprescindível pra fazer ciência, mas olvidam questões específicas da periferia do sistema e, cada vez mais, há uma internacionalização da produção científica, que acompanha a da economia (KOTHE, 1994, p.89).

Na visão do autor, as “massas não lêem”, preferem assistir televisão e se deixar levar pelos folhetins novelescos; é radical ao dizer que estas, “estão excluídas de um grau mais elevado de dignidade humana” (p.91); colocado assim, tem-se a impressão que as massas não são nada, nada têm a oferecer, o que não é verdade. Não é inverossímil dizer que existe uma produção escrita muito grande e práticas de leituras que são desconsideradas e vistas como alienadas; conseqüentemente, o leitor dessa literatura (que está à margem da literatura

convencional) também é desconsiderado e visto como alienado, ignorante, que não tem gosto refinado.

É como se o mercado, em consonância com o sistema, produzisse inutilidades para as massas, por estas não terem condição de apreender textos mais profundos, então, “às massas só restaria a liberdade de pastar a ração de simulacros que o sistema distribui a cada um/a. Eis precisamente a idéia contra a qual me levanto: não se pode admitir tal representação dos consumidores” (CERTEAU, 1994, p. 260). Os leitores têm sua preferência, mas não quer dizer que não possam ler qualquer tipo texto; não se trata de competência para a leitura, mas de gosto, levando-se em conta o prazer e o desprazer:

O juízo de gosto é meramente contemplativo, isto é, um juízo que indiferente em relação à existência de um objeto, só considera sua natureza em comparação com o sentimento de prazer e desprazer. Mas esta própria contemplação [sensação de um prazer] é tampouco dirigida a conceitos; pois o juízo de gosto não é nenhum juízo de conhecimento (nem teórico nem prático), e por isso tampouco é fundado sobre conceitos e nem os tem por fim (KANT, p.54)

Ou seja, o juízo de gosto é desinteressado e livre. O autor reflete que o gosto é particular, portanto, deve ser também respeitado e não criticado:

Pois a um a cor violeta é suave e amena, a outro morta e fenecida. Um ama o som dos instrumentos de sopro, outros o dos instrumentos de corda. Altercar sobre isso, com o objetivo de censurar como incorreto o juízo de outros, que é diverso do nosso, como se fosse logicamente oposto a este, seria tolice; portanto, acerca do agradável vale o princípio: cada um tem seu próprio gosto (dos sentidos). (KANT, p.57)

Nesse contexto, levando-se em conta a preferência do público leitor de determinado gênero, ou o gosto literário deste, não se pode também aceitar crítica negativas, nem achar que “se as pessoas lêem *Best-Sellers*, o problema também está nelas – em sua ignorância, em sua falta de refinamento, em sua alienação” (ABREU, 2006, p.110). Esse seria um olhar preconceituoso e inaceitável, principalmente se for levado em conta que “a qualidade estética não está no texto, mas nos olhos de quem lê”, como afirma a autora (p.34).

É característico da narrativa trivial se limitar ao uso de recursos de efeitos já consagrados, banalizando-os através da repetição, como nos *Best-Sellers*. Utilizando-se desse

recurso de repetição, cujas narrativas geralmente trazem a justiça para os bons, isto é, onde o bem sempre vence o mal, a narrativa trivial traz promessas de salvação eterna, de realização dos sonhos. É um tipo de narrativa em que o leitor já prevê que o final será de felicidade para quem está do lado do bem e de ruína para quem está do lado oposto. Diante disso, o leitor também se sente (momentaneamente) realizado, satisfeito, como se aquele final feliz, concretizado através da ficção, pudesse atingir a sua própria realidade.

Os recursos utilizados por esse tipo de narrativa fazem com que o leitor veja aí uma solução para os seus próprios problemas, deseja obter aquilo, ou aquela situação que lhe é apresentada, quer aquela realização, aquele final feliz, se deixa levar pelo sentido fabulativo, ou mágico, das palavras; pode-se mesmo dizer que ele se deixa “ser enganado” por aquele tipo de leitura. É como se a felicidade que não existe em sua realidade, que lhe é negada pela vida, pudesse ser obtida através da leitura. Entretanto, se as narrativas vistas como não-literárias forem avaliadas apenas dentro do contexto da Literatura, propriamente dita, fazendo-se uma comparação entre estas, permanecerá o preconceito sobre aquela:

O que parece inadequado, entretanto, é avaliar todas as composições segundo os critérios pertinentes à erudita. Abandonando esta forma de agir, ficará claro que não há livros bons ou ruins para todos, pois nem todos compartilham dos mesmos critérios de avaliação (ABREU, 2008, p.111)

A autora ainda reflete que não há, em definitivo, obras boas e ruins, mas escolhas, e o poder daqueles que as fazem. Também reflete que essa literatura, ao invés de humanizar, na verdade aliena, ao fazer o leitor esquecer o cotidiano, fugindo dele através do sonho e da fantasia, levando-o ao conformismo, ou seja, o leitor sai da leitura desses textos da mesma forma como entrou, visto que esta não o forçaria a pensar, limitando-se a re-afirmar suas crenças, fazendo-o acreditar na solução exterior dos problemas: “essas histórias são uma válvula de escape para as frustrações do dia-a-dia, levando o leitor para um lugar onde suas expectativas se cumprem sem que ele deva fazer nenhum esforço para isso” (Ibid, p.82).

Sabe-se que essa é uma perspectiva fantasiosa, mas o homem tem necessidade de compensar-se, de conquistar, através da fantasia, aquilo que não possui, que não está incorporado a sua realidade. Fantasiar é uma característica essencialmente humana. É por isso que, ao vivenciar uma história com final feliz, o leitor se autopreenche da possibilidade de também obter um final feliz, e da possibilidade falaciosa de que também realizará seus desejos, amenizará seu sofrimento, encontrará um grande amor, ou encontrará muita riqueza. Na narrativa trivial ocorre geralmente um final feliz, e o leitor se sente atraído pela mesma, já que esta, aparentemente, traz felicidade, e este também é o seu desejo particular, individual; ele deseja encontrar uma forma, uma fórmula, através da qual resolva seus problemas e as situações desagradáveis e desconfortáveis que fazem parte do seu dia-a-dia.

Para o leitor de Best-Sellers que se encaixam nesse viés, estar em sintonia com a obra é também se vê como o herói da história. O comportamento que o personagem principal utiliza, durante o desencadear do enredo, deve estar próximo do comportamento pessoal do leitor, ou como ele gostaria que fosse. O homem vive em busca de entender seu comportamento, seus conflitos, seus medos, suas inseguranças. Porém, não é possível ser absoluto na determinação sobre a ação humana em virtude de sua própria inconstância, por ser influenciável, por se pautar em questões sociais, pessoais, psicológicas, existenciais, religiosos, culturais; neste contexto, é preciso estar em sintonia com as mudanças que influenciam esse comportamento, aquilo que está no imaginário individual, e também no coletivo, através de modelos, de tipos, de heróis. Os escritores se utilizam desse subterfúgio em suas narrativas, e o mercado se apropria destas como produtos de boa qualidade, porque sabe que são mercadorias de recepção positiva; oferece-as como mercadoria acessível a qualquer leitor que a busque.

Hoje é visível que se mitologiza os produtos, maquiando-os com os sonhos e fantasias do receptor, utilizando-se desse vínculo emocional entre a marca e o consumidor. Assim

também acontece com a literatura que está ao *gosto* do leitor (uma narrativa trivial, um *Best-Seller*), repleta de elementos sonhados e idealizados por este, que a consome como se assim pudesse trazê-los para a sua realidade. Esse é um forte elemento da bem sucedida carreira de sucesso de Paulo Coelho, que usa personagens baseados em imagens arquetípicas para retratar, transmitir os atributos, sonhos e aspirações do personagem-herói, representando a essência guardada na mente do leitor.

Existe uma relação de interdependência entre o que se convencionou chamar Literatura e a literatura trivial, mas é inquestionável que entre elas existem muitas diferenças, principalmente no que diz respeito aos personagens e temáticas usadas, pois

A grande Literatura parece ensinar que o homem é, sobretudo, mau e pérfido, e não se pode garantir que ela trata de redimi-lo. Ela mostra o homem como ele é, em suas contradições e embates, em sua mesquinhez e grandeza, em sua safadeza e bondade. Um aspecto que a diferencia da literatura trivial é que ela não acredita em uma divisão maniqueísta entre bons e maus, que os maus serão sempre punidos e os bons recompensados, mas também isso não a define nem a garante (KOTHE, 1994, p.92).

A narrativa trivial está presa, de certa forma, ao conservadorismo, como um discurso previsível, onde já se pressupõe o que vai acontecer no final, onde coisas óbvias são ditas de forma falaciosa e aparentemente mágica e envolvente, onde o maniqueísmo é geralmente o “mote” que movimenta o enredo e leva sempre a recompensa para o lado bom. Essa é estrutura da narrativa de esquerda, a narrativa das massas envolvidas com o banal, o cotidiano; por isso pode-se acreditar que:

O trivial de esquerda tende a ser a legitimação de um governo que pretende ser progressista, revolucionário; acaba sendo uma forma de conservadorismo, pois a estrutura utilizada impõe um discurso predeterminado, em que não se pode dizer algo não previsto. A narrativa trivial tem a estrutura do conto de fadas, e o conto de fadas é estruturalmente conservador. Não se trata simplesmente de algum ideograma dita por um personagem, mas de direcionamento geral da estrutura profunda do gênero, a começar pela divisão maniqueísta em bons e maus, com a vitória e a recompensa certa dos bons (KOTHE, 1994, p.94).

É isso que ocorre no final do romance *O demônio e Srta Prym*: apesar de ter se envolvido com o mal, Chantal (a heroína) acabou não sucumbindo a ele, salvou a vida da velha senhora que seria assassinada para satisfazer o mal personificado no estrangeiro, e foi

recompensada com a fortuna que ele trouxera. Segundo Kothe, “a narrativa trivial impõe primeiro como verdade absoluta quem é bom e quem é mau, e essa assertiva só é ao longo do enredo sempre reafirmada” (1984, p.95). Como ocorre no livro de Coelho, onde a narrativa, desde o início delinea Chantal como a protagonista e, portanto, do bem, e o estrangeiro como aquele que veio disseminar o mal, algo declarado pelo próprio personagem logo no início da narrativa: “sou um homem que caminha pela terra tendo um demônio ao seu lado” (COELHO, 2000, p.83). Esse maniqueísmo, que é uma conjuntura cristã, geralmente se encontra na narrativa trivial, como assinala Kothe, e é também uma constante nos enredos ficcionais de Paulo Coelho.

4.2 A força da temática mítico-religiosa

O homem sempre expressou seu encantamento pela vida e pelos mistérios sobrenaturais, desde a pré-história, e isso pode ser confirmado pelas pinturas registradas nas cavernas onde viviam. Apesar da passagem do tempo e da sofisticação da teologia, os homens modernos, os fiéis da atualidade esperam, através da fé, respostas às mesmas perguntas, dúvidas e conflitos existenciais que já possuíam seus ancestrais: Qual o sentido da vida? Existe vida após a morte? Como devo me comportar?

Vivem-se momentos de aceleradas mudanças, em que a ciência e o conhecimento estão avançando de modo desenfreado. O progresso científico operou milagres na vida humana, transformando-a, fazendo afirmações e respondendo a perguntas que ecoavam desde um remoto passado. Entretanto esse mesmo cientificismo que foi capaz de ajudar o homem a se encontrar dentro de um contexto social, corroborou para que ele se perdesse dentro de si mesmo. Acreditar em um Deus é uma forma de o indivíduo compensar-se por aquilo que o faz

sofrer, porque passa a acreditar que somente esse Deus, através de seu amor infinito e incondicional será capaz de aliviar o seu sofrimento e guiá-lo pelos caminhos em busca da realização e da felicidade, coloca nesse Deus a responsabilidade pela sua realização pessoal:

A pessoa religiosa atira seu fardo sobre o Senhor, e acredita que seu caminho para a glória está assegurado. Assim a ênfase é deslocada do valor pessoal e do comportamento individual para o credo. “Acredita no Senhor e estarás salvo”. (NEILL, 1980, p.226-7)

Esse é exatamente o contexto que se delineia no existencialismo de Sartre, para o autor, quando acredita num Deus, o homem perde sua liberdade de escolha, se refugia numa suposta ordem divina, mostrando assim sua incapacidade de lidar com as conseqüências da liberdade; se ele errar na escolha foi por que Ele quis assim. O fatalismo é o que o sustenta. Porém, “o homem precisa encontrar-se ele próprio e convencer-se de que nada poderá salvá-lo de si mesmo, mesmo que houvesse uma prova incontestável da existência de Deus” (SARTRE, 2010, p.61-2). Esse contexto é uma das temáticas mais utilizadas por alguns autores dos livros que se enquadram, hoje, como *Best-Sellers*. As narrativas de sucesso da atualidade enveredam pelos caminhos temáticos do existencialismo religioso, como em *O Demônio e Srta Pym*.

Os Best-Sellers que se envolvem nestes caminhos são também literatura de um grande público, que atinge a um imenso número de leitores, penetra numa grande área pública, independente de classe social, tornando-se uma grande força ideológica. O mercado editorial percebeu esse fato e adquiriu esse tipo de narrativa como mercadoria preciosa, são livros que vendem muito. Esses livros também se enquadram na trivialidade porque:

A narrativa trivial é uma versão laica de princípios religiosos. Ela funciona como uma doutrinação diuturna da população, para que determinados valores sejam mantidos mediante reiteração. É como se a população precisasse, a cada noite, a reafirmação de certos princípios desmentidos durante o dia. Assim o princípio de “não roubar” precisa ser enfatizado para um operariado que contempla o seu patrono e dando-se a luxos com que ele se quer pode sonhar. (KOTHE, p. 54-55)

Entretanto, para o autor, a religião não é mais o ópio do povo porque foi substituída pelos veículos eletrônicos que faz uma maquiagem sobre a religiosidade sem que a mesma seja vista de forma clara:

A religião já foi o ópio do povo, hoje é como se ela tivesse perdido a eficiência precisando ser substituída por veículos eletrônicos. Sob a aparência de uma época esclarecida, com religiosidade decrescente, tem-se então uma religião redobrada, com mais eficácia, que não aparece como religião. (KOTHE. P.55)

Esse tipo de narrativa funciona como uma sugestão indireta, pois não deixa de ser uma lavagem cerebral ou psicológica, que aparece como meio ideal para ajudar e inspirar aqueles que estão fragilizados pelos problemas do mundo. Sendo assim, tornam-se objetos preciosos nas mãos dos seus autores, que engenhosamente articulam as palavras de forma persuasiva, as moldam de forma perfeitamente compensatórias às necessidades do homem, ávido por essa mercadoria que age como uma droga ilusória. Um autor, como Paulo Coelho, que está envolvido com o comportamento humano da atualidade, possui aqui um excelente conteúdo para suas narrativas.

Essa necessidade de crença do homem é reforçada pela narrativa trivial, que se utiliza desse subterfúgio para atrair leitores desejosos desse tipo de leitura que explora o religioso, o mítico, o místico; é nela que este encontra meios para escapar das perturbações cotidianas. “Religião e misticismo animam o pensamento fora da realidade e o comportamento fora da realidade” (NEILL, 1980, p.227). Nesse contexto, iludido pela fantasia da busca pelo eterno bem viver, o indivíduo leitor se sente momentaneamente tranquilo quando, pela leitura, tem a possibilidade de evadir para a ilusão de efetivar (momentaneamente) seus desejos.

4.3 Uma narrativa trivial e a presença do mito do herói

Numa sociedade aparentemente esclarecida como é a atual, parece anormal tantas pessoas se deixando manipular por leituras que – também aparentemente – trarão algum tipo

de conforto a quem as lê. Pode-se deduzir que estes leitores sentem necessidade de um herói, aliás, de um super-herói como modelo, como guia para suas próprias ações. É nesse contexto que se cria a frágil ideia de verossimilhança entre quem lê e o personagem principal da narrativa – o herói.

E relevante se pensar que se ocorre uma grande oferta de narrativas baseadas na trivialidade, uma “chuva” de best-sellers que atraem jovens, mulheres, adolescentes, desde leitores comuns a intelectuais, ocorre também a propagação de ideologias de um autor a um imenso número de pessoas, em vários lugares, de forma crescente e assídua.

Não é difícil entender que diante de tantas transformações mundiais, de um progresso que ocorre continuamente, o comportamento humano acabe por se instaurar como dúbio, confuso, onde reina a sensação de impotência, insegurança e medo. Sentir-se confuso e inseguro diante da vida não é uma característica apenas da “massa”, mas do ser humano, de um modo geral, não importando em que grau social se encontre; essa é uma situação que sugere fuga para algum lugar onde se possa aliviar a tensão, desde um local paradisíaco, um cinema, à leituras anódinas; leituras essas que estão inseridas dentro do contexto da narrativa trivial, já que, como diz Kothe:

Necessidade real ou fictícia, pouco importa; apenas importa que o consumidor creia que seu desejo está sendo atendido, mesmo que seja diverso daquilo que de fato, acaba sendo satisfeito ou amainado por meio do placebo. É como se houvesse um cansaço da realidade e um profundo desejo de fantasia, mundos ficcionais a amainarem o impacto do cotidiano, a embalarem e massagearem o cansaço existencial, a preguiça, a regressão do estado vegetativo (1994, p.45).

É nessa viagem que o leitor embarca em busca de soluções para os imbróglios que permeiam sua vida. Narrativas como o “O Alquimista”, de Paulo Coelho, por exemplo, onde o herói representado pela figura do pastor Santiago, um homem simples e perseverante que busca a realização de um sonho, cria, “ou pretende criar – um espaço ideal, em que sonhos se tornam realidade” (KOTHE, 1994, p.45). Baseado em uma fábula persa, o livro se tornou um dos maiores best-sellers de todos os tempos, “no fim da primeira década do século XXI, O

Alquimista vendera mais de 35 milhões de cópias” (MORAIS, 2008, p.476). Esse livro (em 2009, iniciou-se o projeto para filmagens do mesmo) deu ao seu autor a inexorável sensação de realização pessoal, pois foi a realização do seu grande sonho de ser um escritor e reconhecido mundialmente, entretanto não se consagrou enquanto literatura como deseja qualquer escritor para sua obra. Mas se consagrou como Best-Seller, um gênero ainda em ascensão no mundo das letras.

O Alquimista é um livro que conta a história de um jovem pastor que viaja pelo deserto em busca de seu sonho, na verdade, é uma jornada de autoconhecimento com o propósito de entender seu próprio coração, de viver intensamente aquilo que se deseja:

Santiago é um pastor que, após sonhar repetidas vezes com um tesouro escondido junto às pirâmides do Egito, resolve deixar sua aldeia natal em busca daquilo que o autor chama de “lenda pessoal”. Na viagem ao Egito, Santiago conhece vários personagens, entre os quais um alquimista, e de cada encontro tira uma nova lição (MORAIS, 2008, p.476).

No meio do deserto, Santiago também encontrou o amor em Fátima quando a olhou nos olhos, e teve certeza que ela era a mulher de sua vida, e que o amor é uma linguagem universal e compreendida na hora que acontece porque “sempre existe no mundo uma pessoa que espera a outra, seja no meio do deserto, seja no meio das grandes cidades” (COELHO, 1988, p.154).

O romance, em qualquer época da vida humana é sempre bem recebido pelos leitores, sendo que cada um tem seu gosto pessoal, e cada história tem um efeito diferente para cada receptor. Entretanto, esta não é uma narrativa bem vista pela crítica literária e por alguns intelectuais, como o Professor Doutor Janilto Andrade que a vê como sem nexos, incoerente:

A crítica literária elaborada imaginativa e intelectualmente constrói um discurso que aponta para a coesão interna característica das obras formalmente bem estruturadas, mas este estudo, ao contrário, torna conhecido os (des)caminhos de um texto cujo maior pecado – entre os maiores – é não ter coerência interna nenhuma, lembrando, antes, uma panela mal mexida. (ANDRADE, 2004, p.14)

A crítica não foi bem elaborada, pois não se pode depreender muita coisa do que o professor Andrade chama de “panela mal mexida”, pode se pensar que o texto de Coelho traz

bastantes problemas de estrutura narrativa, aparentemente não vistos nem revisados. Ao que parece a intenção do crítico é apenas “desfazer” do autor, ou apenas confirmar as críticas já dirigidas ao mesmo.

Entretanto, este romance “fabuloso” foi (é) lido por milhões de pessoas que o receberam muito positivamente. O livro traz uma narração de estrutura simples, linguagem objetiva, direta e de fácil compreensão, e com um vocabulário também bastante simples, como no trecho abaixo de “O Alquimista”:

(...) havia estado até os dezesseis anos num seminário. Seus pais queriam que ele fosse padre, e o motivo de orgulho para uma simples família de camponeses, que trabalhava apenas para comida e água, como suas ovelhas. Estudou latim, espanhol e teologia. Mas desde criança sonhava em conhecer o mundo, e isto era mais importante do que conhecer Deus ou os pecados dos homens. Certa tarde, ao visitar a família, havia tomado coragem e dito para seu pai que não queria ser padre. Queria viajar. (COELHO, 1988, 29-39)

Este trecho traz uma linguagem bem simples e clara, facilmente entendível. Infelizmente, é necessário dizer que, para um país ainda com graves problemas educacionais, ou mesmo semi-alfabetizado como o nosso, um texto escrito dessa forma é bem mais recebido por uma grande quantidade e variedade de leitores, que aqueles cheios de palavras raras, muito subjetivo. Obviamente existe muito contraste entre *O Alquimista* e o universo dos objetos de tradição que constitui a literatura, porém, o leitor da atualidade se sente atraído por este tipo de narrativa.

O misticismo religioso é uma característica peculiar à obra de Paulo Coelho, está inserida nela de forma bastante óbvia, onde também pode-se encontrar indícios dos prazeres da alma, ou desejos guardados do leitor, que figuram como devaneios, sonhos ocultos, mas visíveis na mente dos que sonham, no qual o próprio Paulo Coelho surge como protagonista. Sua obra está repleta de pistas que declaram “identidades” do autor, há traços biográficos de Coelho em quase todos os seus livros, como em *Brida*, Mestra R.A.M.³¹, “ordem religiosa

³¹ R.A.M. – Regnus Agnus Mundi ou, em português, Cordeiro do Reino de Deus, ou ainda Rigor, Amor e misericórdia; esta é uma centenária e misteriosa ordem religiosa católica. (Morais, 2008, p.425)

católica” da qual ele participa (até hoje), depois de se desligar da O.T.O.; ou em *Veronika decide morrer*, onde a protagonista tentou suicídio e foi internada; caso semelhante aconteceu com o autor. Em Maria, de *Onze Minutos*, percebe-se uma sinonímia em relação às questões e dúvidas sexuais. Santiago, de *Diário de um Mago*, que persegue um sonho, até realizá-lo, como o autor que tinha o obsessivo sonho de tornar-se escritor e fazer sucesso. Conseguiu. Essa mesma trajetória de realização de sonho encontra-se em *O “Zahir”*, que narra a história de um escritor em busca de sucesso, como o próprio Coelho.

O autor é aparentemente místico, acredita em sinais, tem manias e credos diversos que vão desde o I Ching (uma seita oriental), encontros com o demônio (O.T.O.), com seu anjo da guarda, e à crença na ordem religiosa católica chamada RAM. Na biografia do autor, escrita por Moraes, tem-se o testemunho de Pepe, um amigo de Coelho, que relata uma de suas esquisitices: Ele se lembra que certa noite, no começo dos anos 70, os dois saíam juntos de um bar do Rio de Janeiro quando Paulo de repente o agarrou pelo braço, “atravessou a rua, puxando-o imprudentemente por entre os veículos, até achar uma árvore (a superfície de madeira mais próxima) e bater nela três vezes, sofregamente” (MORAIS, 2008, p.42). Quando o amigo lhe pediu explicação, Paulo confidenciou que havia visto uma mulher grávida falando num telefone público e isso atraía energia negativa. Mais adiante, a biografia do autor revela que em abril de 2007, quando o autor foi objeto de uma reportagem da revista americana *The New Yorker*, ele confessou à repórter Dana Goodyear que se recusava a jantar em mesa onde houvesse treze pessoas (2008, p.43).

Também parece esquisito o fato de o escritor usar apenas a cor preta em suas vestes; este diz, porém, que é apenas por uma questão prática, já que essa cor de tecido é de melhor conservação:

Ao contrário do que pode parecer à primeira vista, a escolha da cor das roupas nada tem a ver com sorte, questões místicas ou espirituais. Com a experiência de quem passa dois terço do ano fora de casa, o escritor garante que tecidos pretos resistem mais às lavanderias industriais de hotéis, embora na maioria das vezes seja ele

próprio quem lava suas meias, camisetas e cuecas em viagens. (MORAIS, 2008, p.19)

Paulo Coelho não acredita em coincidências, tudo para ele é um sinal. Um dia, na volta de uma de suas caminhadas com a esposa, sentou-se ao computador para ver sua caixa postal e observou que o número 1 estava em relevância.

Olha só, Chris: quando voltamos da caminhada eram 11 horas e 11 minutos e o termômetro marcava 11 graus centígrados. Agora eu abri a caixa postal e há mensagens vindas de 111 países. Preciso decifrar o que significa esse sinal. (MORAIS, 2008, p.39)

Segundo o biógrafo, “onde a maioria das pessoas enxerga apenas uma coincidência – como no caso do número 1 que apareceu tantas vezes em tão pouco tempo –, o escritor vê sinais a serem interpretados” (2008, p.40).

Coelho parece rejeitar as convenções beletísticas, seu fundamento é atrair o leitor, centra-se especialmente nele. Seus livros são romances de literatura ficcional em prosa, de temáticas variadas (esotéricas, míticas, místicas...) voltados para a trivialidade, principal característica de sua obra. Nesse contexto, é uma escrita de fácil leitura, norteadas para um público leitor que não está habituado a uma leitura ficcional mais densa. Além disso, traz sempre a mesma temática envolvida em questões de religiosidade, esoterismo. O escritor deste tipo de narrativa utiliza estratégias de persuasão (tanto na narrativa através de chavões ou expressões cotidianas, linguagem e vocabulário acessível, capítulos curtos, poucos personagens; quanto de venda – mercado – como promoções, investimentos em marketing, utilizado blogs, twitters, e-mails, e-books, entre outros) já que intenciona que o leitor deseje o produto e o use como “bálsamo” para sua vida:

[...] O produto deve agradar ao freguês, não levantar-lhe problemas; o freguês deve desejar o produto e ser induzido a um recâmbio progressivo do produto. Daí as características aculturais desses mesmos produtos, e a inevitável relação de persuasor a persuadido, que é indiscutivelmente, uma relação paternalista, estabelecida entre produtor e consumidor. (BLOOM, 2008, p.49)

Existe uma relação paternalista entre o escritor Paulo Coelho, sua obra e seus leitores, levando-se em conta que o autor deseja esses leitores e uma receptividade positiva por parte deles.

Destarte, histórias fabulosas sempre são de interesse de um público maior, não apenas em quantidade, mas de idades diferentes. *O alquimista*, por exemplo, é uma narrativa que tem um caráter aparentemente mágico, fala de encontros misteriosos, de desertos cheios de vida e mistérios, de alquimistas, de pirâmides, de amor; leva a uma reflexão sobre sonhos e as aspirações. Uma característica do autor é a crença em sinais, assim como Santiago que age de acordo com os sinais que vai recebendo, “por isso ele não podia se apressar, nem ficar impaciente. Se agisse assim, ia terminar sem ver os sinais que Deus havia posto em seu caminho” (COELHO, 1988, p.149). Tanto o escritor quanto o pastor Santiago são muito supersticiosos.

Levando em conta que alquimia é “uma arte antiga que reunia conhecimentos, com os quais se procurava descobrir a pedra filosofal, a panacéia universal ou o elixir da longa vida, e o meio de transformar os metais em ouro” (Magno, p.114), a jornada de um alquimista é sempre a do aperfeiçoamento, no livro de Paulo Coelho, é a de moldar a experiência pessoal e espiritual numa bela escultura, ou seja, levá-lo a encontrar sua própria alma através dos caminhos da espiritualidade, do encontro com o seu próprio coração.

É nessa perspectiva de levar ao público uma leitura sentimental e inócua que se encontra a obra de Paulo Coelho. Os arquétipos usados por ele são sempre personagens que se encaixam na ideia de “alguém em busca de realizações”, pessoas do bem e perseverantes como o pastor Santiago; pessoas misteriosas como magos, feiticeiras, bruxas (encontrados em *Brida*, em *A bruxa de Porto Belo*, em *As Valquírias*); pessoas que tiveram uma vida difícil (como a prostituta Maria, de “Onze minutos”), mas conseguiram realizar o sonho de ascensão social; indivíduos em conflito consigo mesmo e com sua vida (como Veronika, de “Veronika

decide morrer”); alguém que persegue obstinadamente uma realização pessoal (como o escritor de *O Zahir*); outros que estão inseguros depois de ter passado por uma situação difícil ou vivem uma vida de melancólica monotonia cotidiana (como os personagens de *O demônio* e a *Srta Prym*). Esses personagens e seus comportamentos são modelos de indivíduos existenciais que vão ficando guardadas na memória humana de geração para geração, por isso a irrefutável atração dos leitores pelos mesmos.

Em relação aos heróis da narrativa trivial, pode-se perceber que “a felicidade que cada um desses heróis busca, a salvação ou a justiça desse mundo” (KOTHE, 1994, p.21), frequentemente se encontra nas narrativas de Paulo Coelho, cujos personagens-heróis são geralmente pessoas comuns (mesmo quando representadas por bruxas modernas), cheias de conflitos, que buscam a felicidade, a salvação e realização pessoal ou financeira.

Porém, na narrativa trivial existe sempre um opositor ao herói, é o elemento maniqueísta que move a enredo, identificando sempre o lado *bom* do *lado mal*, “a narrativa trivial opera à base do oxímoro formado pelo corporificador da negatividade (o “bandido”) e pelo corporificador da positividade (o “mocinho”). Os dois são inseparáveis, um não existe sem o outro” (KOTHE, 1994, p.25). Nos *Best-Sellers* de Coelho nem sempre ocorre oposição entre dois personagens: um protagonista e um antagonista; mas ocorre embate entre um protagonista e sua situação pessoal de vida, algum conflito interior que o mesmo busca dirimir. Aí também podemos citar Kothe, já que este estudioso da narrativa trivial percebe que os leitores dessa narrativa geralmente se identificam com o “lado bom” e distanciam-se do “lado mal”, que também pode ser o “inconsciente do herói” e, portanto, do leitor:

A leitura trivial da narrativa trivial separa os dois, identifica-se com o “lado bom” e odeia “o mal”; o mocinho é, porém, apenas o outro lado do “bandido”. O “bandido” (não tem essa figura apenas no faroeste, nem ela precisa ser humana) é o inconsciente do “herói”, a sua instância reprimida, a sua face que não se quer reconhecer, o seu retrato pelo avesso. (KOTHE, 1994, p.25)

Como ocorre, por exemplo, em “Onze minutos”: Maria, a protagonista, luta por uma situação de vida melhor, mas o que move a narrativa é a sua busca pessoal pelo amor e pelo prazer sexual que não consegue sentir, e que é visto por ela como algo “sagrado” e dependente não apenas do corpo, mas da alma também. Esse conflito interior (o seu inconsciente) seria o seu antagonista, algo percebível num trecho de seu diário:

Embora meu objetivo seja compreender o amor e embora sofra por causa das pessoas a quem entreguei meu coração, vejo que aqueles que me tocaram a alma não conseguiram despertar meu corpo e aqueles que tocaram meu corpo não conseguiram atingir minha alma. (COELHO, p....)

Não existe nesse tipo de narrativa uma preocupação com questões sociais coletivas, o enredo envereda para situações particulares, mesmo que próprias de qualquer ser humano. Sendo assim, a leitura desse tipo de narrativa se aproxima do receptor que “quer ser enganado, ele quer que o mundo seja como lhe é apresentado, com uma luminosa solução final, em que a verdade aparece triunfante e a justiça se faz, recompensando os bons e punindo os pecadores” (KOTHE, 1994, p.26). Essa perspectiva é alcançada pelas narrativas de Paulo Coelho.

Provavelmente existe uma conexão entre o que Coelho escreve e o que os receptores querem ler, senão, como justificar o que o torna este fenômeno de vendas? Sabe-se que é uma questão, principalmente, de mercado, mas existe uma relação atrativa entre o leitor e a obra de Paulo Coelho. Provavelmente muitas pessoas se identificam com o pastor de “O Alquimista”, um homem simples que tem sonhos, vive em busca do amor e da felicidade, que acredita que “é justamente a possibilidade de realizar um sonho que torna a vida interessante” (COELHO, 1997, p. 34).

Os livros do escritor procuram, sem dúvida, entreter o leitor, persuadi-los a aceitar o que a narrativa propõe; por isso envereda pelos caminhos da magia, da busca pela realização pessoal, por um grande amor, pela felicidade; Coelho alia criatividade com misticismo, banalidades com pedagogismo. Neste contexto, fica muito mais fácil conquistar o leitor e alcançar um grande número de vendas. No próximo capítulo far-se-á uma análise mais sucinta

dos romances escolhidos para a pesquisa: *O Alquimista*, *O Demônio e Srta. Prym* e *Onze Minutos*.

5 PAULO COELHO EM ANÁLISE

Neste capítulo, far-se-á uma análise mais direcionada aos temas, personagens, linguagem, enredo, temas recorrentes, problemas das narrativas de Paulo Coelho, levando em conta que o autor faz uso das características comuns à narrativa trivial e do *Best-Seller*, tanto como livro bem sucedido comercialmente, quanto como gênero literário.

Partindo dos dados já descritos nos capítulos anteriores, podemos confirmar que cada romance lançado por Paulo Coelho tornou-se um dos livros mais vendidos no ano do seu lançamento, além de também mais traduzido, o que reitera sua posição de autor de *Best-Seller*.

O *Alquimista*, por exemplo, publicado pela primeira vez em 1988, marca o início do real sucesso de Paulo Coelho como escritor de *Best-Sellers*. Do ponto de vista comercial, o autor e editor foram muito felizes, pois o livro vendeu mais de 65 milhões de cópias de 1988 até 2011, segundo o site da Wikipédia, fazendo sucesso por duas décadas consecutivas. O exemplar usado para este trabalho foi publicado em 1997 e estava na 150ª edição.

Em termos comerciais, foi este o livro mais importante de Coelho, não apenas por causa das vendas em excelência, mas por que lhe deu visibilidade mundial como escritor. Além disso, é um livro que também serve como diagnóstico para o modo como ele traçará suas narrativas a partir daí, criando seu estilo pessoal de escritura, geralmente baseado na trivialidade, usando o místico, o exótico, a magia, como algo trivial, comum a todos. O *Jornal o Estadão* publicou em seu site (2010), que este livro foi traduzido também para as línguas indígenas aimará e quéchua pela editora boliviana Litexa, que o apresentou na Feira do Livro

de La Paz; o processo de tradução durou três meses para o aimará por Vitaliano Huanca e para o quéchua por América Agudolo³².

O livro “O demônio e Srta. Prym” foi publicado em 2000 e traz à tona o maniqueísmo, numa intensa reflexão sobre o bem e o mal – que faz parte da essência humana; no romance, um possível assassinato gera um desassossego social. A narrativa tem por espaço geográfico uma pequena cidade de uma região montanhosa. Viscos era o nome daquele lugar onde os 281 habitantes eram quase todos pastores ou agricultores; um lugar secular, onde segundo o narrador, viveram os celtas, já foi muito próspero, porém, entrou em decadência, mas ainda resistia “porque tinha uma dívida com o seu passado, com a forte tradição dos ancestrais que habitaram um dia aquele local, e que tinham ensinado como é importante lutar até o último minuto” (COELHO, 2000, p.16).

O romance “onze minutos começa como uma história infantil ao utilizar o clichê “era uma vez”, tecendo um tom irônico à narrativa, já que está contando a história da prostituta Maria. Mas o autor abre um parêntese e diz que isto foi proposital, pois vivemos com “um pé no conto de fadas”. Conta a história de uma garota sonhadora que acaba sendo seduzida pela idéia de fazer sucesso e ganhar dinheiro no exterior, mas acaba tornando-se uma prostituta em terras estranhas.

Apesar de histórias aparentemente diferentes, os três romances encontram-se na mesma situação: indivíduos em busca da realização de um desejo, onde a perseverança e o maniqueísmo acabam se revelando como paradigmas norteadores para se chegar ao final desejado.

³² Disponível em: <http://www.estadão.com.br/noticias/artelazer/601296>. Acessado em 29/05/2011.

5.1- A poesia na prosa de “O Alquimista”

Narrado em terceira pessoa, por um narrador heterodiegético, que não faz parte da história, apenas relata os acontecimentos, o romance de Paulo Coelho, baseado na história do folclore inglês *The Pedlar of rwaflham*, descreve a viagem interior e exterior de um pastor anônimo até o Egito, em um percurso cheio de misticismo, magia e espiritualidade. *Santiago, o pastor, é o protagonista do romance; sua história parte de um sonho que se repete, o qual deseja decifrar e, por isso, procurou uma cigana:*

Tive o mesmo sonho duas vezes seguidas – disse – Sonhei que estava num pasto com minhas ovelhas quando aparecia uma criança, e começava a brincar com os animais (...). A criança continuava a brincar com as ovelhas por algum tempo – continuou o rapaz, um pouco constrangido. – E de repente, me pegava pelas mãos e me levava até as pirâmides do Egito. (...) Então, nas Pirâmides do Egito, – Ele falou as três últimas palavras lentamente, para que a velha pudesse entender bem – a criança me dizia: “se você vier até aqui, vai encontrar um tesouro escondido”. E quando ela foi me mostrar o local exato, eu acordei. Nas duas vezes. (COELHO, 1997, p.37).

A cigana apenas lhe disse que aquele era um sonho da Linguagem do Mundo e que ele deveria ir até as Pirâmides, pois lá encontraria um tesouro. O rapaz já pressentia que era isso. Depois do encontro com a cigana, surge outro personagem, um velho que se dizia Rei de Salém, Melquisedc, que queria ensinar ao pastor o caminho para o tesouro perdido. O rapaz assustou-se, queria saber por que um “rei” queria lhe ajudar. O homem lhe disse que era porque ele, o pastor, estava tentando cumprir sua Lenda Pessoal, algo muito forte na mente das pessoas na juventude, mas isso era normal, por que

Nesta altura da vida, tudo é claro, tudo é possível, e elas não têm medo de sonhar e desejar tudo aquilo que gostaria de ver fazer em suas vidas. Entretanto, à medida em que o tempo vai passando, uma misteriosa força começa a tentar provar que é impossível realizar a Lenda Pessoal. (COELHO, 1997, p.47).

O autor quer que o leitor acredite que quando alguém quer muito alguma coisa, é porque esta já nasceu na alma do universo, é uma missão, mesmo que seja “buscar um tesouro”, uma ação que não deve ser impedida de se realizar pelos sentimentos negativos dos homens:

A Alma do mundo é alimentada pela felicidade das pessoas. Ou pela infelicidade, inveja, ciúme. Cumprir sua Lenda Pessoal é a única obrigação dos homens. Tudo é uma coisa só. (...) Quando você quer alguma coisa, todo o universo conspira para que você realize seu desejo. (COELHO, 1997, p.48).

Esse trecho é um exemplo de como a narrativa de *O Alquimista* reflete os sonhos e as aspirações humanas, a luta constante por uma vida mais plena de felicidade. Usa clichês bem ao gosto das angústias dos homens. Reflete também a própria busca do autor na realização do seu maior sonho: ser escritor. KOTHE

O sábio deu duas pedras ao pastor, uma branca (Urim) que quer dizer não, e uma preta (Tumim), que quer dizer sim, que o pastor deveria usar quando tivesse dúvidas quanto a que rumo seguir, e disse-lhe que para chegar até o tesouro, o jovem teria que seguir os sinais de Deus, pois “Ele escreveu no mundo o caminho que cada homem deve seguir” (COELHO, 1997, p.57). Portanto, O pastor teria que ler os sinais que foram escritos para ele.

Na segunda parte do livro, o pastor, depois de ter peregrinado durante muito tempo, e ter sido assaltado e ficado sem dinheiro, interrompeu a viagem e arranhou um emprego; depois de um ano trabalhando na loja de cristais e de fazê-la progredir com seu trabalho e inovações, o rapaz resolveu que era hora de partir, de fazer o que aprendera com as ovelhas que um dia pastaram sob seus cuidados, percebera que elas haviam lhes ensinado muito mais do que ele imaginara:

As ovelhas, entretanto, tinham ensinado uma coisa muito mais importante: que havia uma linguagem no mundo que todos compreendiam, e o rapaz tinha utilizado todo aquele tempo para fazer a loja progredir. Era a linguagem do entusiasmo, das coisas feitas com amor e com vontade, em busca de algo que se deseja ou em que se acreditava. Tânger já não era mais uma cidade estranha, e ele sentiu que da mesma maneira que tinha conquistado aquele lugar, poderia conquistar o mundo. (COELHO, 1997, p.98)

Neste trecho também se pode perceber mais claramente o pedagogismo do autor, o desejo de dar lições, de ensinar, de dizer ao outro que acredite naquilo que deseja e faça tudo com amor. São palavras direcionadas, que desejam persuadir, encantar, conquistar, doutrinar. Característica que se encaixa nos Best-Sellers inseridos na narrativa trivial.

O rapaz resolveu seguir viagem, agora numa caravana pela imensidão do deserto; conheceu um inglês que sonhava ser alquimista e queria encontrar um que lhe ensinasse como transformar metal em ouro. Santiago passou a conhecer um pouco de alquimia com o inglês, aprendeu sobre a Grande Obra, que esta é formada por duas partes: uma líquida, que é o Elixir da Longa Vida, e a outra sólida, que é a Pedra Filosofal; guardou que “só os persistentes, só aqueles que pesquisam muito, é que conseguem a grande obra” (Ibid, p.113). Interessou-se bastante pelo assunto e pediu emprestados os livros do inglês; quando os devolveu disse ao companheiro de viagem:

Aprendi que o mundo tem uma Alma, e quem entender esta Alma, entenderá a linguagem das coisas. Aprendi que muitos alquimistas viveram sua Lenda Pessoal e terminaram descobrindo a Alma do Mundo, a Pedra Filosofal, o Elixir. Mas, sobretudo, aprendi que estas coisas são tão simples que podem ser escritas numa esmeralda (COELHO, 1997, p.139).

O inglês ficou decepcionado, pois esperava que Santiago lhe dissesse coisas mais relevantes, queria respostas concretas. Mas o jovem guardou em seu coração o desejo de também aprender alquimia.

O romance também estabelece um diálogo com a natureza do ambiente onde ocorre a narração, o deserto, que impressiona pelo seu mistério, silêncio e imensidão. O narrador fala sobre ele, explica-o ao leitor:

O deserto era às vezes feito de areia, e às vezes feito de pedra. Se a caravana chegava em frente a uma pedra, ela a contornava; se estavam diante de um rochedo, davam uma longa volta. Se a areia era fina demais para o casco dos camelos, procuravam um lugar onde a areia fosse mais resistente. Às vezes o chão estava coberto de sal, no lugar onde um lago devia haver existido. Os animais então se queixavam e os camaleiros desciam e desatolavam os animais. Depois colocavam as cargas nas próprias costas. Se um guia ficava doente ou morria, os camaleiros lançavam sorte e escolhiam um novo guia. (COELHO, 1997, p.113).

O deserto é tão misterioso e cheio de surpresas, que nele também Santiago encontrou o amor, em um Oasis, onde a caravana parou para descansarem. Uma moça que pegava água no poço, trazendo um cântaro sobre o ombro e um véu sobre a cabeça, atraiu o olhar do pastor que fitou seus olhos e ela retribuiu o olhar:

Então como foi se o tempo parasse e alma do mundo surgisse com toda a força diante do rapaz. Quando ele olhou seus olhos negros, seus lábios indecisos entre um sorriso e o silêncio, ele entendeu a parte mais importante e mais sábia da Linguagem que o mundo falava e que todas as pessoas da terra eram capazes de entender em seus corações. E isto era chamado de amor, uma coisa mais antiga que o próprio deserto, que no entanto ressurgia sempre com a mesma força onde quer que dois pares de olhos se cruzassem como se cruzaram aqueles dois pares de olhos diante de um poço. (COELHO, 1997, p.153).

A narrativa aqui se envolve num assunto que é sempre de interesse humano: o amor, esse sentimento que move as ações do homem e dá sentido à vida. A narrativa quer fazer acreditar que existem almas gêmeas, que sempre há um eu esperando encontrar um parceiro:

...sempre existe no mundo uma pessoa que espera a outra, seja no meio de um deserto, seja no meio das grandes cidades. E quando estas pessoas se cruzam, e seus olhos se encontram, todo o passado e todo o futuro perde qualquer importância, e só existe aquele momento, e aquela certeza incrível de que todas as coisas debaixo do sol foram escritas pela mesma Mão. A mão que desperta o amor, e que fez uma alma gêmea para cada pessoa que trabalha, descansa e busca tesouros debaixo do sol. Porque sem isto não haveria qualquer sentido para os sonhos da raça humana. (Coelho, 1997, p.154).

Durante esse período em que o rapaz ficou no Oasis Al-Fayoum, o casal sempre se encontravam, e fortaleciam as promessas de amor. Foi durante esse tempo que o pastor teve duas visões: uma delas foi com gaviões, que ele decifrou como um aviso de que o Oasis seria atacado e avisou ao chefe do mesmo (salvando a todos). Depois foi a de um cavaleiro vestido de negro, com um turbante e um lenço cobrindo-lhe a cabeça e um falcão no ombro esquerdo; o cavaleiro queria saber quem era o rapaz que decifrara o voo dos falcões; este cavaleiro negro era um alquimista, que lhe disse que a partir daquele momento, era ele quem iria guiá-lo pelo deserto.

O rapaz queria partir, mas seu coração estava amando, tinha medo de perder Fátima. O alquimista o fez entender que “o Amor nunca impede um homem de seguir sua Lenda Pessoal. Quando isto acontece, é porque não era verdadeiro Amor, aquele que fala a Linguagem do Mundo (COELHO, 1997, p.188)”. Santiago despediu-se da amada.

O pastor e o alquimista cavalgaram pelo deserto durante muitos dias, a maior parte do tempo em silêncio. Quando Santiago questionava-o por não lhe ensinar sobre alquimia, o guia lhe dizia que só havia uma maneira de aprender: pela ação e quem busca o tesouro da

Lenda Pessoal, também tem que desejar vivê-la; avisou-lhe que o deserto poderia fazê-lo compreender qualquer coisa, mas era preciso escutar o coração, é nele que está o tesouro. Esse Best-Seller, enquanto narrativa trivial, encontra aqui um argumento bastante forte: a linguagem, envolvida no mistério de uma cultura distante, e o clichê.

Quando faltavam poucos dias para chegarem às pirâmides, Santiago e o alquimista foram cercados por um exército e levados para um acampamento. Para não serem mortos, além de entregarem o dinheiro que tinham, o guia disse aos homens que o pastor era um alquimista poderoso, capaz de se transformar em vento e destruir todo aquele lugar, se quisesse. Os homens ficaram curiosos, queriam ver o suposto alquimista transformar-se em vento. Santiago desesperou-se. O guia pediu três dias para ele se preparar. Pediu a este que se lembrasse “de que o mundo é apenas a parte visível de Deus. De que a alquimia é trazer para o plano material a perfeição espiritual” (Coelho, 1997, p.213-4). Então, o rapaz precisava aprender a falar com o seu coração e com o deserto.

Nesse contexto mágico da narrativa pode-se refletir sobre a questão humana de fantasiar a vida, fazer projetos, sonhar acordado, pois “sem a fantasia não vive o homem, ela está na base de sua liberdade. Permite projetar desejos e reconhecê-los, esboçar projetos, expor alternativas” (KOTHE, p.161). Para o autor, o leitor encontra-se em estado de letargia, “como a loucura, o pilequinho, o devaneio, o culto religioso”, algo aparentemente saudável e prazeroso, “um deixar-se levar”.

Para realizar a magia, o pastor Santiago recolheu-se no silêncio do deserto e com ele conversou, também falou com o vento, com o sol e com a Mão, que tudo criou, “o rapaz mergulhou na Alma do Mundo e viu que a Alma do mundo era parte da Alma de Deus, e viu que a Alma de Deus era a sua própria alma. E que podia então, realizar milagres” (COELHO, 1997, p.227). Esse é realmente o momento mais “fabulativo” do romance, quando

o pastor conseguiu transformar-se em vento, com a ajuda do deserto, do próprio vento, do sol e com o consentimento da Mão (Deus).

Esse contexto deixa visível que o livro fala de sonhos possíveis e impossíveis. Segundo o autor, a vida dá sinais que devem ser seguidos, mas é preciso decifrar os símbolos, como os alquimistas (levando em conta que a alquimia move o mundo); que afinal, tudo aquilo que se procura está sempre mais perto do que se pensa. Tudo isso em torno da Mão, que seria Deus, não necessariamente de uma religião, mas um Deus criador de todas as coisas sobre a terra, pois

A simples existência deste mundo é a garantia de que existe um mundo mais perfeito que ele. Deus o criou para que, através das coisas visíveis, os homens pudessem compreender seus ensinamentos espirituais, e as maravilhas de sua sabedoria. Isto que eu chamo de ação. (COELHO, 1997, p.195).

Percebe-se que o autor, através das falas do narrador, deixa-se ver como uma pessoa crédula. Apesar de místico, ele acredita em um Deus criador de todas as coisas, provavelmente isto é uma influência tanto da família quanto do colégio católico em que estudou. Porém, essa fé exposta pelo autor neste e em todos os outros livros de sua autoria, não faz referência a nenhuma religião em particular.

O pastor Santiago, porém, não aprendeu a transformar metal em ouro, afinal, essa não era sua Lenda Pessoal, como lhe dissera o alquimista, mas aprendeu com suas palavras que “não importa o que faça, cada pessoa na Terra está sempre representando o papel principal da História do Mundo [...]. E normalmente não sabe disso” (COELHO, 1997, p.235). *O alquimista foi embora e deixou o rapaz sozinho para continuar sua caminhada. Ele andou pelo deserto tentando ouvir seu coração e decifrar os sinais que recebia, até que chegou ao topo de uma duna e viu, “iluminadas pela luz da lua cheia e pelo branco do deserto, as Pirâmides do Egito”.* Chegara finalmente ao final da peregrinação.

O rapaz caiu de joelhos e chorou. Agradecia a Deus por haver acreditado em sua Lenda Pessoal, e por haver encontrado certo dia, um rei, um mercador, um inglês, um alquimista. Sobretudo, por haver encontrado uma mulher no deserto, que lhe

tinha feito entender que o amor jamais vai separar o homem de sua Lenda Pessoal. (COELHO, 1997, p.239).

Ainda ajoelhado, o rapaz olhou para o chão, para o lugar onde caíram suas lágrimas, e lá havia um escaravelho, que para os egípcios era símbolo de Deus. O rapaz viu isto como sinal e começou a cavar o local. Cavou durante a noite inteira, lutando contra o vento, o cansaço, as feridas em suas mãos, quando, de repente, apareceram uns homens e o indagaram sobre o que fazia. O rapaz não respondeu. Revistaram-no e encontraram um pedaço de ouro que o alquimista havia lhe dado. Acreditando que o ouro estava onde o rapaz cavava, obrigaram-no a continuar o serviço. Mas não havia nada. Espancaram-no até que ele, sentindo a morte próxima, explicou-lhes que estava procurando um tesouro escondido por causa de um sonho repetido que tivera: que havia um tesouro escondido junto às Pirâmides do Egito. O chefe do bando, depois de ouvir o rapaz, mandou que parassem de bater nele:

Você na vai morrer – disse. Vai viver e aprender que o homem não pode ser tão estúpido. Aí neste lugar onde você está, eu também tive um sonho repetido há quase dois anos atrás. Sonhei que devia ir até os campos da Espanha, buscar uma igreja em ruínas onde os pastores costumavam dormir com suas ovelhas, e que tinha um sicômoro crescendo dentro da sacristia, se eu cavasse na raiz deste sicômoro, haveria de encontrar um tesouro escondido. Mas não sou estúpido de cruzar um deserto só porque tive um sonho repetido. (COELHO, 1997, p.242).

Os homens foram embora e o pastor, olhando para as pirâmides numa alegria silenciosa, sabia, agora, onde estava seu tesouro: na velha igreja abandonada, sob a raiz do sicômoro. Fez todo o percurso de volta e, finalmente, encontrou o que queria. Agora, sim, poderia viver feliz ao lado de Fátima.

Para fechar o final do romance da mesma forma lírica e encatatória que se pôde perceber em toda a narrativa, o narrador conta o desfecho, mas deixa para o leitor imaginar como foi o encontro do casal apaixonado:

Mas o vento voltou a soprar. Era o levante, o vento que vinha da África. Não trazia o cheiro do deserto, nem a ameaça de invasão dos mouros. Ao invés disto, trazia um perfume que ele conhecia bem, e o som de um beijo – que veio vindo devagar, devagar, até parar em seus lábios. (COELHO, 1997, p.247).

Forma-se uma imagem romântica na cabeça do leitor, de um amor que depois de uma longa espera, finalmente iria se consumir, um amor que ainda não tinha vivido os encontros carnavais, as trocas comuns, mas que se eternizou nos olhares trocados nos poucos encontros que tiveram, como num conto de fadas. Assim aconteceu o *happy and* esperado pelo leitor: Santiago encontrou seu tesouro e um grande amor; um final bem característico da narrativa trivial.

5.1.1- Reflexões críticas sobre o romance

O livro está dividido em duas partes, mais o epílogo. É composto de capítulos curtos, alternando-se entre 2, 3 e 5 páginas cada (algumas gravuras entre eles), perfazendo um total de 247 páginas. A linguagem utilizada é bastante simples e de fácil compreensão, mesmo que explanando uma cultura que não é a do autor; tem poucos personagens, alguns diálogos longos, mas geralmente com teor pedagógico religioso, o que facilita o entendimento. O autor mistura magia, mistério, e um sonho utópico de encontrar um tesouro, com uma realidade possível: encontrar um grande amor, como aconteceu com Santiago durante sua peregrinação pelo deserto.

É perceptível que o narrador não tem controle sobre a narrativa, apenas vai relatando os acontecimentos, mesmo que à vezes, expresse sua opinião sobre os personagens: “continuou o rapaz, um pouco constrangido” (COELHO, 1997, p.37). É um tipo confiável, mas engana o leitor sutilmente, com palavras que encerram o óbvio, que servem como ópio, ou seja, como remédio para resolver momentaneamente os problemas. É também um protótipo do autor Paulo Coelho, pois esconde em si uma duplicidade: é o narrador, mas é também uma ficção

do próprio escritor/narrador, contando histórias que são suas próprias histórias (na maioria das vezes).

Se formos analisar o romance do ponto de vista formal, dentro dos padrões (rígidos) institucionalizados sobre o que é Literatura, encontraremos alguns problemas, considerados graves, que pesam bastante no desempenho de Coelho enquanto escritor. O professor Janilton Andrade, por exemplo, em seu “Porque não ler Paulo Coelho”, diz a respeito de um trecho de “O Alquimista”:

Na página 141, o camaleiro diz ao “rapaz” – rapaz que o texto teima em transformar em herói de *O Alquimista*: “(...) não vivo nem no meu passado, nem no meu futuro. *Tenho apenas o presente, e ele é o que me interessa* (itálico meu). *Se você puder permanecer sempre no presente, então, será um homem feliz (...)* a vida *será* uma festa”. Como se vê, essa *excreta filosófica* carrega uma contradição em termos, que é: construção e tempo verbal remetendo para o tempo futuro, em sentença onde se declara: “Tenho apenas o presente”. (ANDRADE, 2004, p.19).

Certamente o público leitor de Paulo Coelho não está procurando erros de estrutura gramatical, tempo verbal, etc., senão isto afetaria diretamente na vendagem dos seus livros. Vê-se, paralelo ao caminho empenhado pelo escritor, que a crítica sempre foi acirradamente negativa à sua obra, entretanto, isto não demoveu os leitores de comprarem seus livros. Nesse contexto, é possível dizer que os erros de Coelho não são tão grosseiros a ponto de afastar o leitor, existem, mas não impedem uma recepção positiva pelos mesmos; além disso, como dizem alguns críticos que se colocam contra a literatura de Coelho, seu público leitor é mediano, portanto, possivelmente ignoram determinadas situações contrárias ao léxico. Exonerar o escritor da acusação de escrever mal, levando-se em conta seu público leitor, é permitido:

[...] podemos exonerar o autor de *O Alquimista* de toda acusação intempestiva de escrever mal a partir de sua intenção declarada de se manter o mais perto possível do natural do falar do homem ordinário, do homem comum. Pertence a esse objetivo na poética do Paulo Coelho certas estratégias que ninguém entre os puristas sequer pensa criticar em muitos outros autores reputados do campo cultural da Europa. Por exemplo: o relaxamento sintático, as repetições aparentemente dispensáveis, assim como outros traços de des-escrituras mas de autêntica oralização que se notam em Balzac e em Ariano Suassuna. (JOACHIM, 2008, p.47)

O leitor não é um crítico literário, cujo objetivo com a leitura é questionar possíveis erros do texto, ele quer entretenimento, fuga, evasão do cotidiano:

Ao contrário do crítico, o leitor não está, porém, habituado a fazer tais cobranças e questionar ‘detalhes’: do prato que lhe é servido, está disposto a devorar tudo sem reclamar, deixando-se engambelar. Ele quer distrair-se, não estudar a construção do texto (KOTHE, p.126)

Portanto, o conveniente é fazer um estudo sobre leitura e recepção levando em conta a relação entre texto/leitor/ e autor/leitor, considerando-se que um é relevante para a manutenção do outro, ou seja, uma obra ganha existência viva quando lida, senão, é apenas um objeto como lápis, caneta, papel; o leitor não existe sem um texto para ler; o autor nesse caso não estaria em segundo plano, entretanto, precisa-se acreditar que este, ao escrever, leva em conta aquele que irá saborear suas escrituras. Portanto recepção e vendas, como espelho e reflexo, são paradigmas positivos da Literatura Paulo Coelho.

Isto não quer dizer que não se deva escrever levando em conta as normas gramaticais para a formalidade de um texto. É importante, porém, discutir o quanto a questão da recepção é relevante, enveredando, portanto pelos caminhos da temática, da linguagem menos formal, do envolvimento com lendas e histórias misteriosas e místicas, proposições que podem levar o leitor a “passar por cima” de alguns problemas de ordem estrutural sem percebê-los. Mas é claro que se está falando de Paulo Coelho, e de seus romances, onde uma passagem como esta citada por Janilto Andrade não atrapalha o entendimento do leitor à obviedade do que está escrito.

Em outro trecho, o professor refere-se ao autor como desleixado, que se utiliza de uma trivialidade nauseante:

...somente o absoluto desleixo responde por uma metamorfose tão inopinada, como também por momentos outros de trivialidade nauseante, como este: se “era tradição no Oriente utilizar vasos de cristal junto com chá, por causa de seus poderes mágicos”¹³, por que o mercador de cristais (que é árabe) somente passa a servir chá em vasos de cristal após o estrangeiro (o “rapaz”) ser admitido como empregado em sua loja e haver recomendado tal prática? (ANDRADE, 2004, p.21).

Há de se convir que um leitor desavisado, que está buscando leitura como entretenimento não iria realmente perceber essa “falha”. Entende-se também que exista um tom de magia nas palavras do autor que encantam mais que o desencanto das possíveis falhas do texto. Além disso, num país de instrução mediana, onde a maioria dos leitores tem apenas o ensino médio e poucos recursos financeiros, Paulo Coelho é muito mais acessível que um dos grandes nomes da Literatura brasileira. Ou, como reflete Joachim, o Brasil de Paulo Coelho é mediano culturalmente:

[...] o Brasil do autor carioca é um Brasil de classe média dotada de um pouco de instrução, com um toque de misticismo, tendente a crenças mágicas, um tanto romântico, com um certo hedonismo tropical, com aspiração a viajar e quando não pode viajar que cultiva a televisão, o rádio, certas leituras de evasão. Ousaria avançar que o Brasil de Paulo Coelho é um Brasil interior, atormentado por frustrações e portanto por desejos aguardando satisfação; é um Brasil não menos imaginário que o de Ariano Suassuna no plano do desejo, adicionado de um misticismo discreto em sua expressão pública. (JOCHIM, 2008, p.48-9)

Destarte, pode-se dizer que o estudo realizado por Sebastián Joachim está muito mais próximo dessa recepção literária tão extensa de Coelho, que o levou a ser internacionalmente reconhecido. Seus estudos não fazem uma crítica, mas uma etnocrítica sobre autores que fazem sucesso de mercado, portanto, *Best-Sellers*, com recepção bastante positiva por um grande público leitor, fazendo uma reflexão sobre o que é ter acessibilidade neste país.

Nas duas primeiras páginas do romance (02 e 03) podem-se ler alguns depoimentos de pessoas que leram e gostaram do livro, que fazem apologias positivas ao mesmo e ao seu autor. Esses depoimentos podem servir de estímulos para o leitor que resolve folheá-lo e examiná-lo para adquirir um exemplar. Entre os depoentes estão autores, atores, produtores e editores de jornais e revistas do exterior, como Victor Mendanha, do *Jornal Correio da Manhã*, de Portugal: “Nesta época conturbada em que vivemos, quando o ter faz tudo para dominar o Ser, com melhor companhia (PC) não o poderíamos deixar”. Estimulante também pode ser a fala de José Molina, da Revista *Mucho Más*, da Espanha, para quem “O Alquimista é uma síntese de uma história comum em toda a literatura universal: o homem busca fora de si

mesmo o que sempre teve ao seu lado. Uma história atrativa e cheia de simbolismo que convertem este livro na revolução literária brasileira”. Ou ainda o que diz Sarka Grauova, da *Literární Noviny*, da Tchecoslováquia: “A história da busca da riqueza oculta (O alquimista), passa a ser a parábola sobre a dimensão profunda da existência humana. Santiago é um herói universal”. Essas são palavras que podem servir de incentivo para a compra do livro por um leitor indeciso.

No prefácio do romance, o autor revela que ele mesmo passou onze anos tentando descobrir como transformar metal em ouro, ou o Elixir da Longa Vida. Mas nada conseguiu, então “virou a cara” para o que fosse místico:

Passei os próximos seis anos de minha vida numa atitude bastante cética com relação a tudo que dissesse respeito à área mística. Neste exílio espiritual aprendi muitas coisas importantes: que só aceitamos uma verdade quando primeira (sic) a negamos do fundo da alma, que não devemos fugir de nosso próprio destino, e que a mão de Deus é infinitamente generosa, apesar de seu rigor (COELHO, 1997, p.09).

Segundo Coelho, somente quando conheceu “seu mestre” é que realmente começou a entender o que seria alquimia, passou a entender que sua linguagem simbólica seria a “única maneira de se atingir a Alma do Mundo, ou o que Jung chamou de *inconsciente coletivo*”; foi a partir daí que descobriu a Lenda Pessoal e os sinais de Deus, verdades que o seu “raciocínio intelectual se recusava a aceitar por causa de sua simplicidade” (Ibid, p.09-10). Para o autor, este livro possui um texto simbólico onde ele, além de transmitir o que aprendeu, presta uma homenagem a outros escritores que atingiram a linguagem universal:

Por isso, “O Alquimista” é também um texto simbólico. No decorrer de suas páginas, além de transmitir tudo que aprendi a respeito, procuro homenagear grandes escritores que conseguiram atingir a linguagem universal: Hemingway, Blake, Borges (que também utilizou a história persa para um de seus contos), Malba Tahan, entre outros (COELHO, 1997, p.10)

É possível afirmar que o próprio objeto livro traz em si mesmo um chamado, tenta persuadir o leitor, faz o seu próprio *marketing*: os depoimentos; a capa, que traz a figura simbólica de Narciso, do qual se tecem comentários no prólogo do romance; na dobradura da capa frontal, tem-se um rápido resumo da narrativa e o que fez o autor para escrevê-la, as

pesquisas que realizou nas Pirâmides do Egito e no deserto do Saara, sobre as origens e os principais códigos da Grande Obra; na dobradura da capa final, lê-se uma pequena biografia do autor, com uma foto sua no deserto. Além disso, tem preço acessível ao leitor.

Segundo consta em sua biografia, quando publicou *O Alquimista*, Paulo Coelho já havia se afastado da O.T.O., ou dos ensinamentos de Crowley, inclusive já participava da misteriosa R.A.M. (católica), entretanto, é perceptível que os ensinamentos da Lei de Crowley parecem fazer parte da narrativa, até mais intensamente que os ensinamentos católicos. O personagem-protagonista, o pastor Santiago, por exemplo, se deixa levar por um sonho, peregrina em busca da decifração do mesmo, é levado a ser forte, corajoso, e persistente, assim como deve agir um seguidor da O.T.O.: “Faz o que tu queres Há de ser tudo da Lei A Lei do forte [...] A lei de Thelema”, como está escrito na letra da música “Sociedade alternativa”. Em um dos livros de Aleister Crowley, *Magick Livro 4*, pode-se ler: “A causa mais comum do fracasso na vida é ignorar a sua Vontade Verdadeira ou as maneiras pelas quais você pode realizar essa vontade”³³, ou seja, “só uma coisa torna um sonho impossível: o medo de fracassar” (COELHO, 1997, p.212).

Em relação à “Vontade Verdadeira”, pode-se pensar na Lenda Pessoal tão citada no romance de Coelho, como no trecho em que o rei explica a Santiago porque o está ajudando: “Existem várias razões. Mas vamos dizer que a mais importante é que você tem sido capaz de cumprir sua lenda pessoal” (COELHO, 1997, p.47). Vontade Verdadeira também pode ser o grande destino de alguém ou momento de perfeita harmonia com a natureza, segundo o sistema de Thelema³⁴.

³³ <http://www.poderprimario.com.br/mago-besta-otario>. Acessado em: 16/06/2011, 23h35.

³⁴ <http://www.poderprimario.com.br/mago-besta-otario>. Acessado em: 16/06/2011, 23h35.

Este é o tão famoso livro de Paulo Coelho, que lhe deu visibilidade mundial, dinheiro e o nome de “escritor” com que tanto sonhara, mesmo que apenas como escritor de *Best-Seller*, mas escritor. O livro não tem grandes possibilidades de análise, visto que não é isso que Coelho pretende: quer apenas ser lido e amado pelo seu público leitor, quer ser escritor, ter sucesso financeiro e pessoal; não aparenta ter pretensão de ser intelectualmente um exímio articulador das palavras.

5.2 - Conflitos existenciais e religiosos em “O Demônio e Srta. Prym”

Viscos era uma cidade pacata, onde as pessoas viviam acomodadas, conformadas com o fato de a mesma está se acabando, viviam a monotonia dos dias que passam lentamente; é assim que pensa Chantal, a moradora mais jovem do lugar:

Todos são ignorantes, ingênuos, conformados. Todos não acreditam em coisas que não fazem parte daquilo em que estão acostumados a acreditar. Todos têm medo de Deus. Todos – inclusive ela – são covardes na hora em que podem mudar o destino. Mas, quanto à verdadeira bondade, essa não existe – nem na terra dos homens covardes, nem no céu do Deus Todo-Poderoso, que semeia sofrimento a torto e a direito, só para que passemos a nossa vida inteira pedindo para que nos livre do mal (COELHO, 2000, p.55).

O foco narrativo é de terceira pessoa. Contém diálogos que acabam sempre em reflexões sobre a vida e seus conflitos. O narrador é onisciente, portanto sua visão é constante em toda a narrativa, faz descrições dos personagens de forma superficial, voltando-se mais para as emoções dos mesmos: “ela não era a única covarde. Talvez fosse apenas a única que tivesse consciência de sua covardia...” (p.55); e do ambiente em que estão: “a primeira pessoa que viu, no caminho de volta para a cidade, foi uma moça sentada à beira de um dos muitos rios temporários da região, formados por geleiras que se derretiam...” (p.18). Percebe-se que não há interesse do narrador em dar detalhes minuciosos sobre o local, apenas “sobrevoa” pela paisagem. Está mais voltado para a maneira como vivem os moradores. O narrador

parece exibir as ações e reflexões dos personagens tendo sua visão norteadada e dirigida pela lógica do autor.

Os personagens principais da narrativa são Chantal Prym e o homem misterioso que chegou à cidade, o estrangeiro, como ficou conhecido. Ao exibi-los, Coelho vai tecendo, através do narrador, as figuras mais relevantes da trama, numa situação maniqueísta, ao mesmo tempo em que, como é característico em seus livros, usa o pedagogismo para persuadir o leitor com lições de bem viver, trazendo ensinamentos, envolvendo os personagens em lendas tradicionais que trazem fundo moral, ético, pedagógico.

Percebe-se, com a continuação da leitura, que há uma conjunção do bem e do mal nas mesmas pessoas, Chantal e o estrangeiro, apesar de cada um representar-se. Chantal é uma mulher sonhadora e, ao mesmo tempo realista; uma garota simples, órfã de mãe desde o nascimento, que nunca conhecera o pai e fora criada pela avó; trabalha no bar do Hotel à noite, mas sonha em ir para uma cidade maior, encontrar um marido, ser atriz de teatro, escrever um livro e ficar famosa. O “estrangeiro” é um homem de 52 anos, de cabelos compridos e grisalhos; chegou a Visco trazendo, além de poucas roupas, um aparelho de barbear, um par de sapatos, vitaminas, um caderno de anotações, e onze³⁵ barras de ouro – um pequeno tesouro que disseminaria conflitos na pequena e pacata cidade.

A chegada do estrangeiro foi uma novidade para o lugarejo. Visco era um ambiente de algum modo fechado, mas depois que ele chegou, essa situação de aparente normalidade é rompida, desencadeando desconforto na população. Berta, que estava quase sempre sentada à porta de sua casa, a mulher mais velha da cidade, viu quando ele chegou “acompanhado do demônio”, que apenas ela enxergava, não sabia como, mas conseguia “enxergar” o outro, conhecer seus sentimentos. Ele veio disseminar o mal naquele lugar de paz, que sendo

³⁵ O número onze ou um tem relevância nas narrativas do autor; é o número mágico da teoria thelemita, portanto, tem a ver com a seita de Crowley. (MORAIS, 2008, p.298)

distante e pouquíssimo visitado, dava-lhe oportunidade de realizar os planos arquitetados durante os muitos anos de desespero e conflitos interiores; oferecia a oportunidade de saber até que ponto o ser humano pode ir, o quanto de bem ou de mal pode existir em cada um.

Os moradores de Viscos viviam, aparentemente, em prol da paz e da harmonia, da rotina calma e tranquila do lugar. O estrangeiro acreditava que despertaria a ganância e o desejo de possuir, de ter uma vida diferente, em todos que ali moravam, através do tesouro que trouxera, queria aflorar o mal naquelas pessoas de bem. Intencionava usar a cidade e seu povo para entender o que aconteceu com sua própria vida há muitos anos. Segundo o próprio homem, depois da desgraça que se abatera sobre ele, o demônio passou a ser seu companheiro, ele precisava afastá-lo, ou aceitá-lo de vez: “sou um homem que caminha pela terra tendo um demônio ao seu lado; para afastá-lo, ou para aceitá-lo de vez, preciso responder a algumas perguntas” (COELHO, 2000, p.83).

O homem conheceu Chantal no dia seguinte a sua chegada, quando descia a montanha, logo depois de enterrar as barras de ouro. Ele a abordou para uma conversa e a assustou ao confessar que se registrara com um nome falso. Levou-a para ver onde enterrara o tesouro, mostrando-lhe que uma das barras estava separada das outras. Disse-lhe seu plano: encontrar um lugar separado do mundo, onde as pessoas olham a vida com alegria, paz, compaixão, e tentar fazê-las infringir alguns dos mandamentos essenciais; encontrou em Viscos esse lugar. Ela deveria, ao voltar à cidade e dizer a todos que viu o tesouro, que este era suficiente para que todos vivessem muito bem para o resto de suas vidas; ele daria todo aquele ouro para que dividissem entre eles, entretanto, teriam que infringir um dos mandamentos: não matarás. Deu o prazo de uma semana, se no final de sete dias alguém fosse assassinado, dez barras de ouro seriam dos habitantes de Viscos, e uma, seria dela, por tê-lo ajudado.

Meu prazo é de uma semana. Se no final de sete dias, alguém na aldeia aparecer morto – pode ser um velho que já não produz mais, um doente incurável, ou deficiente mental que só dá trabalho, tanto faz a vítima – este dinheiro será do de seus habitantes, e eu concluirei que todos somos maus. Se você roubar aquela barra de ouro, mas a cidade resistir à tentação, ou vice-versa, concluirei que há bons e maus, o que me coloca um sério problema, porque isso significa uma luta no plano espiritual, que pode ser ganha por qualquer um dos lados. Você acredita em Deus, planos espirituais, lutas entre anjos e demônios? (COELHO, 2000, p.27-8).

Chantal passou muitos momentos de angústias até decidir o que fazer. Pensou em roubar sua barra de ouro e fugir, deixar tudo para trás e buscar sua própria realização. Foi até o local onde estava escondido o ouro, mas o “lobo maldito”, que parecia apenas uma lenda na cidade, apareceu e a assustou. Foi salva pelo próprio estrangeiro. Ela se sentiu envergonhada diante dele, que certamente sabia que ela fora ali para roubá-lo. Quatro dias se passaram. Depois de pensar muito, Chantal resolveu contar para todos que estavam no bar naquela noite o que sabia.

Começou falando sobre a cidade e sua história: Viscos, no passado, fora reduto de marginais, até que Ahab, seu legislador, um homem cruel que foi convertido por São Savin, mudou sua história. O primeiro passo foi construir uma força, mas também criou leis que protegiam os agricultores, incentivavam a criação de gado e premiava quem trouxesse novos negócios para a cidade. Nunca fez nenhuma ameaça em relação à força. Não diretamente, mas ela estava lá, no meio da praça olhando os homens, era uma ameaça velada. Ahab queria que todos procurassem trabalhos honestos, ou se mudassem do lugar. Com o tempo, aqueles que não queriam cumprir as leis determinadas pelo legislador, acabavam indo embora. “Tempos depois, Viscos estava pacificada, tornara-se um grande centro comercial da fronteira, começou a exportar lã e produzir trigo de primeira qualidade” (COELHO, 2000, p.88). A força nunca foi usada, bastou sua imagem para inibir a transgressão. Depois de dez anos, Ahab mandou tirá-la e em seu lugar construiu uma cruz.

A jovem lembrou essa história para aqueles que estavam no bar do hotel. Fez uma analogia a atual situação deles dizendo que aquele homem trouxera novamente a força para

Viscos, ao propor entregar um tesouro para a cidade se um deles cometesse um crime; dera a ela a incumbência de reunir e comunicar à comunidade o seu plano, “este ouro será de Viscos se, nos próximos três dias, alguém aparecer assassinado aqui. Se ninguém morrer, o estrangeiro partirá levando seu ouro” (COELHO, 2000, p.90). A força estava sendo recolocada novamente na praça, mas desta vez para que um inocente fosse colocado nela, um inocente seria morto para trazer prosperidade para o lugar. As pessoas ficaram atônitas com o que ouviram. Uma a uma foram saindo sem falar nada. O estrangeiro corria o risco de ser ele mesmo assassinado, mas não teve medo “seu coração está morto, sua alma sem luz” (p.91).

Embora a atitude de Chantal trilhe o caminho do bem, suas ações oscilam entre o bem e o mal, pois quando entra no jogo do “demônio”, expõe sua cidade e a população que vive nela. É nas ações praticadas que essa personagem vai revelando sua personalidade, bem como aspectos do seu interior, suas emoções. Desse modo, o narrador deixa um espaço para que o leitor possa participar do seu desnudamento.

Aqui também se pode perceber uma assimilação da seita de Crowley, em relação ao número onze. O estrangeiro (acompanhado do demônio) levou exatas onze barras de ouro para Visco. Como já vimos, onze é um número mágico para os thelemitas.

Os visquenses entraram em crise. Todos queriam o ouro, mas ninguém tinha coragem de assumir. Chantal, inicialmente, acreditou que a população nada faria, não seria capaz de matar alguém, muito menos alguém da cidade, mas sabia que dúvidas permeavam suas mentes:

Estava contente por ter sido ela quem, pela primeira vez, mostrava a todas aquelas pessoas a maldade escondida em suas almas ingênuas e falsamente bondosas. Todos estavam sonhando com a possibilidade de um crime – sonhando apenas, pois jamais fariam qualquer coisa. Dormiriam o resto de suas pobres vidas repetindo para si mesmos que eram nobres, incapazes de uma injustiça... (COELHO, 2000, p. 122)

Entretanto, Chantal se equivocou. E uma das pessoas que mais incentivou a população a cometer o crime foi justamente um padre, aquele que deveria disseminar o bem. Visco não era uma cidade religiosa, as pessoas acreditavam mais nas lendas que por lá circulavam, sentiam orgulho da descendência celta e protestante e da pacificação realizada por Ahab; mas o padre permanecia lá, queria dar a todos a impressão de ser um homem santo e muito ocupado, que cuidava de todos. As pessoas nem iam muito à igreja, mas naquela noite, depois de terem sabido da proposta do estrangeiro, ficou lotada.

O grupo que comandava a cidade: o prefeito, sua esposa, o padre, o fazendeiro, a dona do hotel, decidiram aceitar a proposta do estrangeiro e cometer o crime, ou, usando um eufemismo utilizado pelo padre, “um sacrifício”. A escolha da vítima teve Chantal como primeiro nome, porém foi descartado, decidiram que ela deveria viver e ficar com a culpa, afinal fora ela a mensageira do mal. O padre tinha uma pessoa em mente, mas por causa de sua profissão, arranjou um jeito de fazê-los pensar como ele:

Vocês têm razão – disse o padre – talvez tudo que tenhamos vivido desde a noite de ontem seja apenas uma ilusão. Todos nesta cidade tem alguém para sentir sua falta, e ninguém aceitará que seu ente querido seja tocado. Apenas três pessoas dormem sozinhas: eu, a senhora Berta e a senhorita Pym. (COELHO, 2000, p.149).

O pároco deixa entender que estaria se oferecendo para o sacrifício, em contrapartida, esclarece que matar um ministro de Deus é um pecado mortal. Quando alguém sugere o nome da senhora Berta, o padre imediatamente diz:

Aquela mulher deve sofrer muito com a ausência do marido: vive sentada ali fora, durante todos estes anos, enfrentando as intempéries e o tédio. Não faz nada além de sentir saudades, e penso que a pobre coitada está enlouquecendo lentamente: muitas vezes já passei por lá, e a vi falando sozinha. (COELHO, 2000, p.150)

Além do padre, os outros também queriam encontrar uma justificativa “plausível” para condená-la à morte: vida triste e solitária, idade avançada, não fazia mais nada importante. Decidido quem seria a vítima, restava agora saber como fazer para matá-la. Novamente o padre interferiu, tinha uma sugestão. Numa reunião, à noite, discutiu, premeditadamente, o Evangelho de Lucas, onde Jesus, ao ser chamado de “bom mestre” por

um homem poderoso, diz: “Por que me chamas de bom? Ninguém é bom, senão um só que é Deus”. A intenção do padre era que as pessoas acreditassem que Jesus quis dizer que enquanto homem ele é mau, enquanto Deus, ele é bom. Ele queria convencer a todos que a maldade fazia parte da essência humana e que todos tinham que aceitar esse lado inferior de suas naturezas.

O pároco usou de má fé com “suas ovelhas”. Depois contou a história de Jó, um dos mais fiéis dos discípulos de Deus, a quem este fez sofrer ao aceitar a aposta do demônio e cometer injustiça contra ele; o sofrimento, porém, fez Jó aprender que pecava pelo orgulho de acreditar ser um homem bom. O padre não tinha dúvidas que todos estavam compreendendo o que ele queria dizer.

O narrador expõe ao leitor, de forma bem clara, o pensamento e as ações maldosas do padre. Essa clareza que revela o lado mal (a ação realizada pelo padre) do bem (o próprio padre) poderá causar estranhamento no leitor, já que este provavelmente o vê como um homem santo, que deveria tentar evitar a tragédia e não incentivar que esta aconteça. O padre corporifica a justiça, mas não é executor desta, guarda em si e nas suas ações, o carrasco. O pároco justificou o crime, para aquela platéia masculina, como uma penitência em amor à continuação de Viscos. Tem-se aqui a efetivação da má-fé daquele homem. *Contou a todos quem seria a vítima e como foi realizada a escolha. O prefeito tomou a palavra e também quis justificar o fato de terem escolhido Berta para o “sacrifício”:*

O prefeito explicou sobre a maneira justa com que chegaram à escolha de Berta; sofria muito com a perda do marido, estava velha, não tinha amigos, parecia uma louca, sentada de manhã até o entardecer diante de sua casa, e em nada colaborava para o crescimento da aldeia. Todo o seu dinheiro, em vez de ter sido investido em terras ou ovelhas, estava rendendo juros em um banco longe dali; os únicos que se beneficiavam dele eram os comerciantes que, assim como a furgoneta do pão, apareciam semanalmente na cidade para venderem seus produtos. (COELHO, 2000, P.177)

O crime aconteceria no dia seguinte. O plano do padre era formar um exército de homens que, com suas armas, atirariam na mulher; mas para que ninguém soubesse de qual

arma sairia os tiros, todos deveriam levar suas armas e um cartucho para a Igreja, ele tiraria o chumbo (a pólvora continuaria para causar a explosão) da maioria desses cartuchos, e de outros não. Quando chegasse a hora, todos atirariam ao mesmo tempo e, então, ninguém saberia de quais armas partiram os tiros que causaram a morte da velha senhora; assim, cada um poderia se julgar inocente. Ele acaba agindo como uma mentalidade criminosa, cuja maldade é capaz de passar por cima do bem que ele deveria exaltar e proteger. Convencidos, todos concordaram com a idéia engenhosa do padre.

No outro dia, o pároco e mais três homens foram à casa de Berta. Ela estava, como sempre, sentada na porta de casa. Recebeu-o dizendo: “Já sei de tudo, padre. O senhor está condenando uma mulher inocente, que não pode lutar por sua vida. Maldito seja o senhor, esta terra e todos os seus habitantes” (COELHO, 2000, p.187). O padre concordou com a maldição proferida contra ele, no íntimo sabia que estava pecando, mas continuou com o plano, deu-lhe uns comprimidos dizendo que assim ela não veria nem sentiria nada. Todos foram ao “ritual do sacrifício” em procissão, levando Berta sobre uma maca improvisada. Os homens levavam lampiões e lanternas para iluminar a estrada. Caminharam no mais completo silêncio. Ninguém se olhava nos olhos.

Chegando ao local escolhido, o monólito celta, amarraram a mulher de joelhos, com o rosto voltado para a pedra, para que ninguém visse seu rosto, temiam sentirem-se mais culpados ainda. “Instintivamente as mulheres recuaram, e os homens apontaram em direção ao corpo inerte, distante uns cinquenta metros. Não podiam errar, eram educados desde crianças a atirar em animais em movimento e pássaros voando” (COELHO, 2000, p.197). Este seria o fim de Berta se a senhorita Prym não interrompesse a ação daquele “exército”.

Acreditando que há um senso de justiça inato no homem, a que todos estão submetidos, Chantal procurou dissuadi-los de levar o crime adiante. Fez indagações sobre a existência do ouro e de como iriam transformá-lo em dinheiro sem causar suspeita, como

iriam justificá-lo sem contar a verdadeira história do assassinato de Berta. O prefeito tentou intervir, mas a multidão queria ouvi-la. O estrangeiro assistia tudo à distância. A garota narrou a lenda do rei Midas, que morreu de sede e fome cercado de ouro. Os homens foram, aos poucos, se convencendo e baixaram suas armas, menos o prefeito e o padre que continuaram com elas apontadas para Berta e para Chantal; um lenhador jogou-se sobre eles e as arrancou de suas mãos. Depois do episódio, todos foram embora envergonhados.

A personagem Chantal acaba servindo como catalisador para a conduta ética da população de viscos e do próprio “estrangeiro”; enquanto este, mesmo com características aparentemente negativas, reforça positivamente as da senhorita Prym. Aparentemente não houve vencedores: nem o bem nem o mal venceram, ou os dois foram vencidos. O estrangeiro não encontrou sua resposta, mas resolveu que entregaria o ouro para a população da cidade. Chantal considerou o direito de ficar com o tesouro. Assim foi feito. A garota, então, partiu para sempre de Viscos. O romance deixou claro que as figuras do bem e do mal se distinguem sem se confundirem nem se converterem uma na outra, mesmo que a ação corretiva do bem tenha sido propiciada por circunstâncias do mal.

5.2.1 – Uma análise do romance partindo do conceito do existencialismo

Pode-se dizer que o existencialismo é uma corrente filosófica e literária que destaca a liberdade individual, a responsabilidade e a subjetividade do ser humano; e considera cada indivíduo como um ser único e responsável pelos seus atos e seu destino. Segundo a definição do filósofo francês Jean-Paul Sartre: "A existência precede e governa a essência". (2010, p.23), portanto, há prioridade da existência sobre a essência e o homem é responsável por aquilo que é. Essa definição funda a liberdade e a responsabilidade do homem, visto que esse

existe sem que seu ser seja definido, algo que vai ocorrendo com a própria continuação da vida.

Todos os indivíduos dotados de autoconsciência podem compreender ou intuir a sua própria existência e liberdade, portanto não devem deixar que as suas escolhas sejam limitadas por nada, nem pela razão, nem pela moral. Esta liberdade para escolher conduz à noção do "não-ser", ou do "nada", que pode provocar a angústia ou o medo. Entretanto, a existência de Deus, para quem nele crê, limitaria essas ações em liberdade.

Se, como sustenta os existencialistas, o homem é responsável pelas suas próprias ações, é o seu próprio e único juiz, o estrangeiro, de “O Demônio e Srta Prym”, está agindo corretamente, já que, neste contexto, sua ação pauta-se em uma outra ação, que lhe foi nociva, a qual ele está tentando compreender; ele não está interessado no que os outros pensam sobre o que está fazendo, está agindo por conta própria, é o seu próprio juiz, e se absolve, se justificando pelo que recebeu de mal.

A vingança do estrangeiro veio do sofrimento por ter perdido sua família por causa da maldade humana. *Era casado, temente a Deus e tinha duas filhas; possuía um bom emprego: um alto cargo numa grande indústria de armas, apesar de ser um homem de bem, honesto e justo. Um dia, sua família foi sequestrada e morta por homens que desejavam as armas que sua empresa produzia. A partir daí, passou a acreditar que Deus fora injusto com ele que sempre fora uma pessoa do bem. Passou muitos anos brigando com seus conflitos interiores, planejando se vingar daqueles que destruíram a vida de sua família e a sua própria vida.*

Por isso fora para Viscos, para saber até que ponto o bem pode se sustentar, para tentar um caminho de retorno a si mesmo. Ao retratar o estrangeiro e seus conflitos existenciais, o narrador também retrata uma situação que encontra chão na atualidade: sequestros, mortes, vingança, busca pelo poder. A narrativa envolve o leitor na trama, narrando-a de forma

confortável para o seu gosto e prazer. Todos os indivíduos dotados de autoconsciência podem compreender ou intuir a sua própria existência e liberdade, sendo assim, não deixa que as suas escolhas sejam limitadas por nada – nem pela razão, nem pela moral. É assim que age o estrangeiro.

Porém, quando se escolhe um caminho, geralmente dá-se preferência a uma dentre diversas possibilidades colocadas a sua frente. Os moradores de Viscos, por exemplo, podiam ter se rebelado contra a proposta do estrangeiro e o expulsado ele de lá, podiam entregá-lo à polícia, mas não o fizeram, preferiram fazer o que ele pedia, por um interesse pessoal, apesar de coletivo, por que cada um deles iria se beneficiar com a morte da senhora Berta. É claro que a decisão de matar não foi tomada friamente, ela veio acompanhada de angústia, pois eles sabiam do erro que cometiam. Entretanto, escolheram o que acharam que era melhor para todos, enganaram a própria consciência, além de usarem de má-fé. Para os existencialistas essa ação se encaixa numa situação de vida inautêntica. Os visquenses abriram mão da responsabilidade pelo assassinato e o delegaram a toda comunidade, tendo “apoio” divino, como o padre os fizera crer.

O padre de Viscos é especialmente um homem de má-fé, pois levou a população daquele pequeno vilarejo a acreditar que não estava cometendo nenhum pecado, e ele (o homem que deveria proteger a justiça) estava agindo para o bem de todos. No contexto do existencialismo, pode-se utilizar o conceito de má-fé como uma mentira, um querer ocultar de si mesmo uma crença particular, é o agir “como se” não pudesse fazer de outro modo; é fingir (Sartre, 2010, p.29). O padre fingiu muito bem, e o povo também fingiu acreditar. Portanto, todos usaram de má-fé, pois ninguém se manifestou contra a escolha. Todos desejavam a riqueza que acreditavam merecer.

A mente maldosa do padre, para confirmar o acordo, e não deixar clara a sua verdadeira intenção, diz que é “preciso que digam em voz alta se concordam ou não, para que

Deus escute, e saiba que tem homens valentes em seu Exército...” (COELHO, 2010, p.177). Foi uma manobra para que as pessoas achassem que estavam fazendo algo que agradava a Deus, livrando-se da culpa; todos estariam, então, redimidos do pecado. Se aqueles homens não acreditassem em Deus, não poderiam tomar essa decisão pautada no sermão utilizado pelo Padre. O existencialismo entende que o homem que acredita em Deus perde sua liberdade de escolha, pois se refugia numa suposta ordem divina, mostrando assim, sua incapacidade de lidar com as conseqüências da liberdade. Ser livre significa ser responsável pelas escolhas que fizer. Em contrapartida, o filósofo diz, partindo de uma afirmação de Dostoïvsky que:

Se Deus não existisse, tudo seria permitido”. É este o ponto de partida do existencialismo. Com efeito, tudo é permitido se Deus não existe, conseqüentemente, o homem encontra-se desamparado, pois não encontra nem dentro nem fora de si mesmo uma possibilidade de agarrar-se a algo. [...] não existe determinismo, o homem é livre, o homem é liberdade. Por outro lado, se Deus não existe, não encontraremos à nossa disposição valores ou ordens que legitimem nosso comportamento. (SARTRE, 2010, p.32-3).

Esse existencialismo religioso é também uma constante na narrativa trivial de que fala Kothe. A narrativa do romance acaba chegando ao lugar comum da literatura trivial ao disseminar o mal através do estrangeiro (que na verdade é uma pessoa de bem) na cidade de Visco, mais especificamente em Chantal (que também é do bem, mas aceitou o mal trazido por ele), revela as duas faces do homem, uma questão existencialista, geralmente debatida neste gênero literário.

Este romance, como os todos os outros do autor, como já foi dito, teve sucesso de vendas, foi traduzido para outras línguas e bem recebido pelo público. Também pode ser visto como narrativa trivial pelas mesmas características já vistas em “O Alquimista”, acrescentando-se aqui o maniqueísmo e o existencialismo religioso. É um Best-Seller pelo número de vendas e traduções.

5.3 – A heroína pós-moderna de “onze minutos”

Partindo-se do fato de que o autor começa o romance como uma história infantil, utilizando-se do clichê: “era uma vez...”, pode-se pensar nesse romance como um conto de fadas moderno, onde uma garota pobre, sertaneja, brasileira, que sonha encontrar um homem bonito, rico (um príncipe), casar vestida de noiva, ter uma bela casa e dois filhos, acaba tornando-se uma prostituta em outro país, para depois de muito sofrimento, acabar realmente encontrando um grande amor e se realizando (não exatamente da mesma maneira que sonhou, mas se realizando). É o final feliz esperado pelo leitor, o final que sempre ocorre nas narrativas triviais do qual o escritor Paulo Coelho é adepto.

Nesta narrativa de 32 capítulos, alternados em breves (02 laudas) e maiores (18 laudas), perfazendo um total de 256 páginas, Paulo Coelho utiliza um narrador observador heterodiegético, para tecer a história de Maria de forma simples, com poucos personagens, numa linguagem e vocabulários fáceis de ser entendido, sem nenhum “nó” para o leitor desfazer. A tessitura do texto é maleável e linear.

O narrador, sem nenhum envolvimento, conta a travessia de Maria do Nordeste brasileiro para o Rio de Janeiro, e do Rio de Janeiro para Genebra. Essa travessia é também de um estado de pureza, quase inocente, da personagem para o amadurecimento forçado pela necessidade de se prostituir para sobreviver. O receptor se sente envolvido pelos ecos que ressoam de páginas em páginas, abertas a qualquer tipo de leitor (mediano, intelectual...), que refletem sobre um tema polêmico – a prostituição, bem como sobre o amor, o sagrado, o desejo de ascensão que todo ser humano tem; as fragilidades humanas em relação ao sexo: sentimentos de teor “vil” como o sadismo, ou o orgasmo (vaginal), virilidade, o medo de decepcionar o parceiro que geralmente as mulheres têm (mas os homens também o possui),

etc. São sentimentos que acabam por trazer frustrações, sentimentos de culpa, baixa-estima, infelicidade.

O narrador-observador, logo no início do romance, descreve a personagem Maria como uma garota inocente e sonhadora, bem como o espaço onde se inicia a narrativa: uma cidade do interior, no sertão do Brasil:

Como todas as prostitutas, tinha nascido virgem e inocente, e durante a adolescência sonhara encontrar o homem de sua vida (rico, bonito, inteligente), casar (vestida de noiva), ter dois filhos (que seriam famosos quando crescessem), viver em uma linda casa (com vista para o mar. Seu pai trabalhava como vendedor ambulante, sua mãe era costureira, sua cidade no interior do Brasil, tinha apenas um cinema, uma boate, uma agência bancária, e por causa disso Maria não deixava de esperar o dia em que seu príncipe encantado chegaria sem aviso, arrebataria seu coração e a levaria para conquistar o mundo. (COELHO, 2003, p.13)

Maria possui um diário onde registra todos os acontecimentos e conflitos pelos quais passa. Quando, aos 19 anos concluiu o curso secundário, foi trabalhar em uma loja; era então uma linda mulher, desejada por muitos homens, mas infeliz no amor. Maria tinha um problema de ordem sexual: só conseguia atingir ao orgasmo se masturbando. Encontrar um homem que a amasse de verdade e a realizasse sexualmente era o grande desejo da garota. Maria acreditava que se saísse daquele lugar e da pobreza em que vivia, poderia ser feliz, encontrar o que desejava. Juntou dinheiro e foi passear no Rio de Janeiro e, na cidade maravilhosa, encontrou essa oportunidade ao acreditar numa proposta para ser manequim fotográfico em outro país; porém, se deu mal: quando chegou lá, viu que seria apenas uma dançarina de boate. Daí para a prostituição foi quase uma imposição.

Sendo uma personagem comum no início da narrativa, Maria cresceu bastante com o desenrolar da história e, de uma inocente e romântica garota do interior, passou a dançarina de cabaré, depois prostituta; tornou-se uma profissional do sexo, especialista mesmo, consciente e segura da profissão. Essa posição de Maria faz o leitor vê-la melhor: apenas como mulher (não a prostituta); uma mulher que foi capaz de, tirando proveito da situação negativa que viveu em terras estrangeiras, mudar “o sentido da prostituição a que foi forçada e condenada

em consequência de uma arapuca de que foi vítima no Rio de Janeiro e que a levou como falsa dançarina a Genebra” (JOCHIM, 2008, p.43). Nesse contexto temos uma personagem redonda, já que ocorreu uma mudança da Maria do início do romance para a Maria do final.

A personagem protagonista era, inicialmente, apenas uma garota sonhadora que buscava o amor e o casamento; ascendeu para uma mulher madura, consciente de seus limites, que reflete muito antes de agir, que aprendeu com os erros a equilibrar-se emocionalmente, mesmo trabalhando como prostituta, uma profissão imoral, do ponto de vista de uma sociedade moralista. Maria mudou essa visão nela mesma e conseguiu sobreviver.

Conseguiu isto a despeito de todos os obstáculos psicológicos (o amor, a compaixão por tal e tal cliente) e sociológicos (a origem familiar humilde, um modesto nível de cultura, a inveja das moças de sua adolescência e das companheiras de trabalho, o cinismo dos exploradores de seu corpo, o seu estatuto de estrangeira em Genebra, a solidão etc.). Ela políglota seus sentimentos, se ausculta, aprende a escutar os outros e, pelos estudos e pela leitura, se torna psicanalista dos *Jet-sets*, dos executivos aparentemente bem sucedidos, mas profundamente infelizes por trás da máscara social e profissional (JOCHIM, 2008, p.43).

A mocinha do interior transforma-se numa mulher independente e forte para agir, porém, carrega em si um sentimento de solidão muito grande, uma fragilidade intensificada pelo medo de não conseguir nunca se realizar enquanto pessoa humana, enquanto mulher.

4.3.1 – O diário de Maria: intimidades e conflitos revelados

O diário íntimo de Maria servia-lhe como uma amiga com quem desabava. Era seu grande aliado. Através dele a garota podia tomar consciência de si mesma enquanto mulher, nordestina, brasileira, vinda de uma família pobre a qual devia ajudar, ser solidária. O diário era o meio de se comunicar com ela mesma, como que, escrevendo (e ela escrevia constantemente), não esquecesse quem era, de onde veio, os seus sonhos e desejos mais íntimos. Nesse contexto, pode-se dizer que Maria é o próprio Paulo Coelho, já que este

também era adepto à escritura em diários, onde também registrava sua história, seus medos, suas angústias pessoais em relação ao sexo e ao sagrado, em relação à família e ao mundo.

Recorrente em toda a narrativa, o diário de Maria a tira da simplicidade de ser apenas uma garota pobre vinda do interior do Brasil, que foi seduzida e virou prostituta em outro país, para dar-lhe maior destaque enquanto pessoa humana, cheia de sentimentos, emotiva, romântica, exilada em terra estranha. Dar-lhe visibilidade de uma heroína que pensa, que reflete sobre seus conflitos interiores, sobre a própria necessidade de escrever para não se perder, ou para se rever em outros momentos, para tomar decisões, agir sensatamente e encontrar um meio de se salvar da situação em que se encontra. Maria é uma prostituta sim, mas é humana, mulher, uma heroína, protagonista de um conto de fadas moderno:

Através da protagonista, Paulo Coelho redime na tecla do sagrado a imagem da prostituta e lhe confere cidadania em seu exílio. Em seus momentos de paixões verdadeiras, em seus momentos de contemplação do lago de Genebra, nos seus exames de consciência mediante um diário íntimo tornado meio de auto-analisar-se nos múltiplos balancetes de seu cotidiano (via diário íntimo), nas meditações sobre o ato de escrever, Maria engrandece paulatinamente e virou uma autêntica heroína dos tempos pós-modernos, uma Maria Madalena que, movida por uma força interior incomum, vai em frente estoicamente, a fim de realizar a promoção de sua pessoa e de concretizar seu ideal de solidariedade familiar e internacional (JOACHIM, 2008, p.43)

É realmente uma força interior incomum que leva Maria a trilhar por caminhos menos perversos, já que ela faz de “seu trabalho” um aliado para voltar para a terra natal. Estudou francês (para não ser enganada por mais ninguém); leu livros que interessassem na sua “melhoria profissional”, inclusive de psicanálise, para tentar entender melhor “seus clientes”. Entretanto, em seu coração guardava o sonho de um dia encontrar um grande amor.

Maria guardou todo o dinheiro possível para o seu retorno ao Brasil, que ela mesma ou determina a data. Quando finalmente se aproxima esse dia, o “inesperado” (mas já esperado pelo leitor) acontece, ela conhece alguém especial. Agora, mais madura, Maria não tem muitas ilusões, não se envolve de vez, isto porque (como ele) buscava não apenas um

grande amor, mas uma realização espiritual, um sentimento que estivesse além das sensações da carne.

Ralf Hart era pintor, e logo no primeiro momento ele quis pintá-la. Esse momento lhe trouxera estranheza e medo, pois sentiu como se ele pudesse descobrir-lhe a alma, como desabafou com seu diário: “Ele está vendo minha alma, meus medos, minha fragilidade, minha incapacidade de lutar com o mundo que eu finjo dominar, mas do qual não sei nada” (COELHO, 2000, p.104). Parece contraditório para uma garota que superou tantos obstáculos dizer de sua incapacidade de lutar, mas ela se referia ao fato de ter que voltar para o lugar onde nasceu, agora com dinheiro suficiente para viver melhor, mas não-realizada em seus desejos mais secretos.

Quando o pintor lhe disse que estava vendo a sua “luz pessoal”, Maria achou estranho, afinal, ela era apenas uma pessoa comum, sem nenhum brilho, uma prostituta solitária naquele país que não era o seu:

Era uma pessoa como todas as outras, sofria sua solidão em silêncio, tentava justificar tudo o que fazia, fingia ser forte quando estava muito fraca, fingia ser fraca quando se sentia forte, renunciara a qualquer paixão em nome de um trabalho perigoso, mas agora, já perto do final, tinha planos para o futuro e arrependimento no passado – e uma pessoa assim não tem nada de brilho especial (COELHO, 2000, p.102)

Aquele homem mexera com Maria. Ele era diferente, não a olhou como um corpo, mas como pessoa, viu sua alma. Sentiu-se tensa, pois temia estar abrindo uma porta e não saber como fechá-la. Seu coração dava sinais de alarme, tinha medo de perder o controle de seus sentimentos; apesar de querer amar e ser amada, temia o que ainda não conhecia, pois se fosse apenas uma paixão, poderia ser também uma ameaça:

A paixão faz a pessoa parar de comer, dormir, trabalhar, estar em paz. Muita gente fica assustada porque, quando aparece, derruba todas as coisas velhas que encontra. Ninguém quer desorganizar seu mundo. Por isso muita gente consegue controlar esta ameaça [...] Outras pessoas pensam exatamente ao contrário: entregam-se sem pensar, esperando encontrar na paixão as soluções para todos os seus problemas. (COELHO, 2003, p.119)

Entretanto Maria estava totalmente apaixonada pelo pintor, cujo perfil, o narrador traça como sendo de uma pessoa bem sucedida, mas solitária, que assim como Maria está em busca de alguém que lhe tire da solidão e encha sua vida de luz e alegria. Quando encontrou Maria percebeu que ela poderia ser essa mulher.

Encontraram-se muitas outras vezes, olharam-se muito, trocaram confissões, falaram sobre seus conflitos interiores, revelaram suas consciências afetivas e sexuais. Maria também acreditava que finalmente encontrara o homem com o qual sempre sonhara, queria viver intensamente todos aos momentos que ficassem juntos, saboreá-los com prazer, pois aproximava-se o dia que retornaria para o Brasil. Para ela, sua realidade não combinava com seus sonhos:

Ela morava em um país distante, e sempre em crises, enquanto ele vivia no paraíso, com a vida organizada e protegida desde o nascimento. Ele fora educado freqüentando os melhores colégios, museus do mundo, enquanto ela mal terminara o curso secundário. Enfim, sonhos como esse não duram muito... (COELHO, p.132).

Maria se autodenomina como romântica e quer ver Ralf Hart feliz, quer devolver a ele o desejo e o prazer sexual, essa era, afinal, sua especialidade. Ela estava ansiosa demais, iria embora dali a três meses, tinha que realizá-lo naquilo que buscava, que era também a sua busca, um sexo pleno, sagrado, onde o físico e o espiritual fosse uma coisa só. Entretanto, seus encontros não passavam de “encontros de alma”, olhos nos olhos, corações entregues, diálogos amorosos e cheios de carinhos. Num desses encontros, Ralf lhe contou a teoria de Platão sobre a criação. A moça ficou encantada com o que ouviu:

No início da criação, os homens e mulheres não eram como são hoje; havia apenas um ser, que era baixo, com um corpo e um pescoço, mas sua cabeça tinha duas faces, cada uma olhando para uma direção. Era como se duas criaturas estivessem grudadas pelas costas, com dois sexos opostos, quatro pernas, quatro braços. [...] tal criatura tinha dois sexos diferentes, não precisava de ninguém mais para continuar se reproduzindo na terra. (COELHO, 2003, p.151).

Como a criatura era muito independente, os deuses gregos ficaram com ciúme. Zeus, então, cortou-a em duas, criando o homem e a mulher. A população do mundo aumentou muito depois disso, além de desorientar e enfraquecer os novos seres que agora viviam em

busca de sua parte perdida, para abraçá-la de novo, e “nesse abraço, recuperar a força antiga”. Esse abraço seria o sexo entre os seres humanos.

Essa narrativa despertou em Maria o desejo de saber por que o sexo deixara de ser sagrado. Aqui, o narrador envolve os personagens em uma lenda tradicional, que traz um fundo moral, ético e também pedagógico, já que quer ensinar sobre a “verdade” embutida na mesma, sobre a criação e o sobre a necessidade humana de estar junto ao outro, usando o abraço como referência a essa necessidade.

Em alguns momentos o discurso do narrador mistura-se ao pensamento da personagem, como quando Maria, em um dos seus muitos momentos de reflexão, infiltra-se em seu próprio eu: “certas coisas não se dividem. Não devemos ter medo dos oceanos em que mergulhamos por nossa livre vontade; o medo atrapalha o jogo de todo mundo” (COELHO, 2003, p.196).

O sexo abordado no livro, apesar de partir de uma situação de prostituição, pode ser visto como algo limpo, e a prostituição apenas como uma profissão. O tema é explicado no texto, em alguns momentos utilizando-se até de teorias sobre o assunto. Quando conversa com a bibliotecária, Maria tem uma “aula” sobre clitóris, que aquela diz ser uma invenção recente:

[...] sabia que o clitóris é uma invenção recente? [...] Foi oficialmente aceito em 1559, depois que um médico publicou um livro chamado De re anatômico. Durante mil e quinhentos anos da era cristã, ele foi oficialmente ignorado. {...} aqui mesmo no século XIX, ainda se faziam operações para eliminar o clitóris, acreditando que naquela pequena e insignificante parte da anatomia feminina estava toda a fonte de histeria, epilepsia, tendência ao adultério e incapacidade de ter filhos. (COELHO, 2003, p.206-7).

Até mesmo Freud, segundo a “professora” bibliotecária, dizia que “o orgasmo feminino deve mover-se do clitóris para a vagina”. Essa discussão envolve a idéia negativa que se tinha (ou tem?) em relação ao prazer sexual feminino, uma idéia retrógrada de que a mulher deveria dar prazer ao homem e procriar. Hoje, sabe-se que o orgasmo não depende

apenas de penetração e do clitóris, mas também do desejo da mulher, do seu momento de busca por esse prazer sexual.

Há no romance, como não é de se estranhar em Paulo Coelho, cenas utópicas quando, por exemplo, Maria tem um orgasmo, no meio de uma avenida, sem se tocar nem ser tocada, lembrando-se apenas dos toques de Ralf:

Maria esperou que o sinal abrisse, atravessou a rua, parou diante de um relógio de flores, pensou em Ralf, sentiu de novo o seu olhar de desejo na noite em que abaixara parte de seu vestido, sentiu suas mãos lhe tocando os seios, o sexo, o rosto, ficou molhada, olhou para a imensa colina de água a distancia, e – sem precisar tocar uma só parte de seu corpo – teve um orgasmo ali, na frente de todo mundo. Ninguém notou; todos estavam muito ocupados. (COELHO, 2003, p.210).

A jovem nordestina descobriu o amor e o prazer sexual com Ralf, entretanto, como quase todas as pessoas apaixonadas, tem reações de adolescente diante do amado, sente-se insegura. Por isso resolve seguir com seu plano de voltar para o Brasil. Sabia que não podia exigir que ele compartilhasse de seus sonhos, não queria impor-lhe uma decisão. Reflete-se em Maria a insegurança das pessoas apaixonadas, principalmente no início de uma relação. Ela prefere não se revelar totalmente, guardar os melhores momentos vividos com ele.

A última noite de amor entre o casal parecia a certeza de uma despedida, tal a intensidade da paixão com que se entregaram. Maria queria ser possuída; Ralf parecia apenas querer possuí-la:

Entrava e saía, aumentava e diminuía o ritmo, parava às vezes para me olhar também, mas não me perguntava se eu estava gostando, porque sabia que esta era a única maneira de nossas almas se comunicarem naquele momento. O ritmo aumentou, e eu sabia que os onze minutos estavam chegando ao fim, queria que continuasse para sempre porque era tão bom [...]. Vi seu orgasmo chegando, e seus braços seguraram o meu com força. Os movimentos aumentavam de intensidade, e foi então que ele gritou – não gemeu, não mordeu os dentes, mas gritou! Berrou! Urrou como um animal. (COELHO, 2003, p.233).

Naquele momento, Maria foi apenas uma mulher apaixonada e entregue, sentia-se como uma virgem, fazendo amor pela primeira vez. Fizeram amor novamente, e dessa vez, Maria teve vários orgasmos e sentiu a presença de Deus, segundo registrou em seu diário:

[...] no meu quinto orgasmo conheci Deus. Então senti que ele [Ralf] recomeçava a mexer seu sexo dentro do meu, embora sua mão não tivesse parado, e disse “meu

Deus”, me entreguei a qualquer coisa, o inferno ou o paraíso. (COELHO, 2003 p.242).

Mas não era o inferno, era o paraíso, que fazia Maria se ver como se fosse “a terra, as montanhas, os tigres, os rios que corriam até os lagos, os lagos que se transformavam em mar” (p.242). A realização sexual para ela (e também para Ralf) foi sagrada, eles eram dois em um, unidos de corpo e alma:

E eu fui junto com ele. Não foram onze minutos, mas uma eternidade, era como se os dois saíssemos do corpo e caminhássemos em profunda alegria, compreensão e amizade, pelos jardins do paraíso. Eu era mulher e homem, ele era homem mulher. Não sei quanto tempo durou, mas tudo parecia estar em silêncio, em oração, como se o universo e a vida deixassem de existir e se transformassem em algo sagrado, sem nome, sem tempo. (COELHO, 2003, p.242-3).

Aqui vemos novamente uma relação com o número onze. Durante a narrativa Maria discorre sobre o fato de uma relação sexual durar onze minutos.

Pela manhã, Maria se arrumou e saiu, não acordou Ralf, mas torceu para que isso acontecesse. Não aconteceu. Foi para o aeroporto, e enquanto esperava o avião, desejava que ele chegasse, como nos finais dos filmes. Mas isso também não aconteceu e Maria embarcou. Ao chegar a Paris, desceu do avião sentindo o peso da solidão, que só aumentava ao ver as pessoas sendo recebidas por alguém que as esperava, ela estava sozinha. Olhava em volta quando deparou com Ralf com um buquê de rosas na mão. Parecia um sonho, mas era real. Ele viera resgatá-la como num belo final de um filme de amor.

Mais uma vez ocorre o final esperado pelo leitor dos Best-Sellers de Coelho e o *happy end* desejado pela narrativa trivial. Entretanto, este livro tem uma perspectiva diferente dos outros romances analisados, porque se fixa mais na ficção que encontra firmeza na realidade. A narrativa, que alterna acontecimentos vividos pela personagem e os diálogos que traça com seu diário íntimo, também revela uma linguagem poética de grande beleza, que dá um tom colorido a um tema tão relevante para a sociedade que é a prostituição. Sébastien Joachim, em sua análise, diz que é

Impossível não reparar no Diário íntimo de *Onze Minutos* páginas de grande beleza, de grande nobreza de sentimentos, capazes de competir com as melhores páginas autobiográficas das *Infâncias de Quaderna* e d'*O Rei Degolado*. Estão aqui amostras de escrituras poéticas aptas a satisfazer os mais exigentes leitores de nossa intelligentsia cultural. (JOCHIM, 2008, p.47).

Segundo Joachim, Paulo Coelho conquista esse grande público leitor porque seus livros “são tecidos de lendas, parábolas, ditos, sentenças, que corroboram o pendor falado dessa obra d'*O Alquimista*” (p.47); que como já foi dito, é um diagnóstico da trajetória literária de Coelho.

Na nota final do romance, o autor revela que ele mesmo sempre buscou o sentido do sagrado no sexo, depois de ter vivido uma época de excessos e vícios, com muita liberdade. Essa é uma questão bastante comum nos romances de Coelho: os heróis se sobrecarregam das projeções ideológicas do próprio autor, suas próprias experiências pessoais; o que também é característico da narrativa trivial, da literatura de massa – Best-Sellers. Portanto, se os personagens se carregam das projeções ideológicas de Coelho, não se distanciam daqueles ensinamentos que o autor diz ter abjurado. Mesmo que maquiados, são percebíveis na narração dos romances.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os *Best-Sellers*, cuja marca é o número de vendas e traduções, traz em si também uma característica relevante: a trivialidade da narrativa; é o gênero que mais interessa ao leitor, apesar deste, aparentemente, nem sempre ter consciência que os mesmos transgridem, geralmente, o código discursivo, mas aceitam essas contravenções porque é um leitor que não tem compromisso com as exigências literárias, já que busca na leitura lazer, passatempo, fórmulas de bem viver, sentir-se em paz.

Pode-se constatar, após a pesquisa, que o romance, de seu nascimento como folhetim até sua consagração enquanto gênero, passou por situações complicadas. Inicialmente, foi mau visto pela intelligentsia brasileira (mas como herança de um olhar que já vinha de fora, da Europa), tanto por não se enquadrar entre os gêneros já institucionalizados, quanto por ser visto como corruptor da moral (em virtudes de sua nova forma de narrar). Entretanto, amparado pela imprensa que já crescia gradativamente no país, o romance-folhetim pode ser acessível a um número maior de leitores.

Do século XVIII em diante, o folhetim passa a ser, então, o romance como hoje o conhecemos, no formato livro, dividido em capítulos, com começo, meio e fim (geralmente em estrutura linear), com um herói e/ou heroína, um impedimento, o clímax e desfecho final, geralmente positivo para os heróis. A partir de então ganha espaço nas tipografias, editoras e livrarias. Entretanto, apesar das idas e vindas, de mudanças, de altos e baixos, de ter se elitizado, isto é, de ganhar status, popularizou-se. Essa popularização do ponto de vista da elite literária é negativa, já que o popular é mediano, é dos iletrados. Porém, os romances que estivessem (ou estejam) na “mira” de um grande público, e por isso *Best-Sellers*, é que estariam à margem, ou seja, seriam (são) vistos com não-literários.

Paralelo à inserção do romance enquanto gênero no Brasil, pode se falar também da imprensa, que propiciou uma grande demanda de publicações no país. O mercado editorial percebeu que não podia vender apenas livros para a elite, pequena em relação à grande maioria de leitores medianos (que tem apenas o ensino médio e economicamente menos favorecido), ainda uma realidade dos tempos atuais. Era preciso, porém, dar-se conta do que gostava de ler essa grande massa.

Não foi difícil entender que o público leitor, aquele do qual não fazia parte a elite intelectual brasileira (mas a maioria de mulheres, jovens, pessoas do núcleo comum da sociedade), gostava de romances “açucarados”, de fácil compreensão, sem imbrólios discursivos, nem artimanhas literárias; preferiam leitura que estivessem mais próximas de sua realidade, por onde ele pudesse circular como o próprio herói da narrativa, que calassem seus anseios, que mostrassem caminhos. Esse é o contexto da narrativa trivial e os autores que se apropriam dessa forma de escritura acabam se tornando *Best-Sellers*.

Para ter chegado a esse status de *Best-Seller*, ou seja, de livro mais vendido e traduzido, o romance foi, conseqüentemente, lido por um grande público; se isto ocorreu, é porque houve uma recepção positiva por parte desses leitores. Da questão da recepção, pode-se inferir que entre o receptor e a escritura ocorreu uma “catarse do gosto”, (que parte da idéia catarse de Aristóteles), mas que se norteia apenas para o prazer do leitor. Essa “catarse do gosto” seria as motivações que estão embutidas (parcialmente) na narrativa trivial de que fala Kothe, mas de uma forma menos pragmática do que deseja o autor.

As inclinações políticas da sociedade e da indústria do mercado editorial orientam favoravelmente os escritores que, sem nenhuma ingenuidade, oferecem ao leitor um horizonte de situações e ações que ele já conhece, com o qual convive ou estabelece algum tipo de relação, ou até mesmo que deseja conhecer; ou seja, as expectativas dos leitores se ajustam ao

horizonte possibilitado pelo texto, e vice-versa. É aqui que se insere a “excelência” do autor Paulo Coelho.

A obra de Coelho encontra-se na vertente de narrativa trivial porque, apesar de possuir uma estrutura análoga à ficção institucionalizada, não cumpre as funções essenciais desejadas por estas, passa por cima da estrutura do que relata, representando, geralmente, as mesmas temáticas, contextos triviais e superficiais sob nova roupagem. São textos construídos com frases, parágrafos e capítulos curtos, na ordem direta e linguagem simples, sem rebuscamento; apresenta poucos personagens, que circulam numa trama sem rupturas, avançando sempre no tempo e no espaço. São narrativas que circulam entre o trinômio: religiosidade-mística, pedagogismo e existencialismo, que se encaixa bem ao gosto da grande massa de leitores contemporâneos, um público leitor que parece encontrar em suas narrativas uma leitura que se projeta no contraponto de suas próprias experiências cotidianas ou idealizadas, como se fossem respostas as suas perguntas e anseios, como se retransmitissem pensamentos, desejos inconscientes (ou não), comportamentos análogos ao que ele faz ou deseja fazer.

As heroínas Chantal e Maria, personagens de “O Demônio e Srta. Prym” e “Onze Minutos”, respectivamente, não agem totalmente dentro dos padrões morais e éticos, mas esse comportamento vai se justificando na própria narrativa e as humaniza, as coloca num plano acessível ao leitor. De um modo geral, todos os personagens-heróis dos romances de Paulo Coelho passam por façanhas que as tornam pessoas fortes e realizadas. É característica relevante do Best-Seller um enredo envolvido em façanhas, são elas que validam os personagens e lhes dar visibilidade, pois ao passar por dificuldades e conseguir vencê-las, os protagonistas se humanizam e conquistam os leitores, pois se tornam objetos de superação, de projeção e de admiração. Maria é um exemplo de superação, pois a despeito de todas as dificuldades pelas quais passou, fez destas uma bandeira de luta pela sobrevivência em um país estrangeiro, e no final saiu vitoriosa.

Se a narrativa trivial tem como ponto de partida as sensações que despertará no leitor, ou o prazer que trará ao receptor, pode-se afirmar que Coelho norteia seus escritos dentro deste processo de recepção, pois o autor consegue, aparentemente, extrair a catarse nesse leitor que está buscando leituras “confortáveis” que indiquem caminhos para o bem viver, leitores que se sentem reconfortados pela idéia de “o universo conspirar a seu favor”. Mas essa seria a “catarse do gosto” (ou das emoções), que neste contexto, refere-se ao prazer, não a uma purificação do espírito nem uma ascese da alma.

Nos três romances analisados se verifica alguns temas recorrentes, como: peregrinação, personagens com problemas de ordem pessoal, superação pessoal, religiosidade. Em todos eles, há poucos personagens, diálogos, e a linguagem utilizada pelo autor é de fácil acesso para qualquer tipo de leitor. As histórias relatadas ambientam-se no estrangeiro, de onde se pode conhecer, mesmo que superficialmente, alguns detalhes de sua cultura. Os romances estão divididos em capítulos, geralmente curtos. Em relação ao epílogo de cada romance, todos trazem um final feliz para seus personagens-heróis. Essas características já são suficientes para inserir os romances em questão no viés da narrativa trivial e do Best-Seller enquanto gênero literário, bem como de livros mais vendidos, já que todos foram sucesso de vendas e tradução.

Se não houvesse uma posição preconceituosa que visse o restrito como qualidade e a grande difusão como má qualidade, os Best-Sellers ocupariam um lugar de destaque na Literatura. Entretanto, convencionou-se, a partir de Sócrates, pensar o que se populariza como negativo. A realização da análise de uma obra, destituída de posicionamento ou comparação, fará perceber que toda a Literatura institucionalizada perpassa por uma hereditariedade literária muito grande: o que ocorreu no país foi, inicialmente, uma antropofagia literária, que depois de tantos séculos ainda carrega uma marca muito forte do

outro, do estrangeiro. Há um consenso no Brasil de que “o que vem de fora” é melhor, a elite faz melhor, o menor é o maior, e vice-versa.

Neste contexto, Paulo Coelho, que é o maior em vendas, seria o menor em qualidade. Porém, o escritor causou (ainda causa) um impacto significativo na trajetória de leitura da atual literatura brasileira. Seu êxito está relacionado tanto a uma questão de *gosto* do receptor de suas narrativas, ou seja, da recepção, quanto a uma estruturação tanto do mercado cultural/editorial favorável a narrativas “tipo” Best-Sellers, ou seja, a acessibilidade do leitor a sua obra, quanto das estratégias usadas pelo próprio autor para se promover.

Dentro deste contexto de acessibilidade a uma grande massa, a narrativa de Paulo Coelho também é literatura popularizada. Atingir a um grande número de leitores é, a priori, positivo, pois além da popularidade, um escritor também vai obter mais lucro. Mas, como já foi discutido, existia um consenso de que a popularização da literatura diminuiria o seu valor, isso porque se estava preso à idéia de que “poucos tinham condições de chegar ao Olimpo”. A Modernidade (principalmente o Modernismo), porém, desbancou o elitismo intelectual ao trazer para o horizonte literário uma imensidade de novos estilos, oportunidade para todos aqueles que desejassem ser escritores.

Envolvido por essa miríade de novos elementos, o indivíduo também muda seu comportamento e se deixa influenciar. E a literatura, naturalmente envolvida com a sociedade e tudo que nela ocorre, imbuiu-se também de novos elementos adequados às exigências do leitor contemporâneo. Este leitor, voltando ou não para o infantilismo que o leva a um “naufrágio da individualidade” a que se refere Kothe, deixando-se levar pelas fantasias do texto, ou apenas sentindo prazer em se sentir o próprio herói do romance, é quem orienta o horizonte literário da contemporaneidade.

Essa pesquisa, que norteou seu estudo para o gênero romance *Best-Seller*, utilizando Paulo Coelho como elemento discursivo, buscando entender o sucesso do escritor a despeito de uma acirrada crítica negativa a seus textos, pode concluir que a recepção positiva a sua obra deve-se, principalmente, à temática e linguagem de fácil acesso usadas pelo mesmo. Porém, outros elementos são relevantes, como o mito do herói (que se adéqua ao leitor comum, mesmo sendo bruxas); a oposição maniqueísta: bem versus mal; questões existencialistas; religiosidade mística; e o pedagogismo (ensinamentos). Ao lado disso, acrescenta-se a propaganda (principalmente a internet), o marketing usado pelo autor e preços mais acessíveis.

Afirmar que essas narrativas “ao gosto do leitor” é uma realidade irrefutável da Modernidade, principalmente por chegarem ao status de Best-Seller, não é um equívoco. Nessa e em épocas anteriores o leitor sempre teve sua preferência literária, ocorre que hoje esse “gosto” é levado em conta, tanto pelos escritores quanto pelas editoras. O mercado se apropriou dessas narrativas do desejo visando o lucro que as mesmas lhe trariam.

Entretanto, apesar das questões existenciais serem motivações do leitor de sempre, na modernidade essas motivações são muito mais intensas em decorrência de, nessa época, os conflitos serem maiores, e as mudanças também, ocorrendo quase simultaneamente, se adequando à velocidade do tempo, do progresso tecnológico e científico. Além disso, essas questões não estão voltadas apenas para uma classe social, ou gênero, ou comunidade regional local; são problemas de ordem universal, da vida humana. É aqui que se encontram as narrativas de grande recepção. Essa não é uma característica local Brasil, mas universal. Se não fosse assim, Paulo Coelho não seria um sucesso global.

O ser humano deseja ascender, ser feliz. Isto é uma obviedade, mas é necessário aqui se dizer, já que é este neste contexto que se encontra grande parte dos leitores: em busca da felicidade; em qualquer indivíduo, essa busca que está envolvida na própria ação de viver e

ser do homem. Viver pressupõe ação, que por sua vez envolve aspirações, angústias, medos, insegurança, coragem, sentimentos diversos. Cada pessoa, comunidade, região, país, continente, tem sua própria maneira de agir e reagir, mas todas têm um único foco: realização, que pressupõe felicidade. O mundo, porém, envolvido em outros tantos interesses e ações, confunde o homem, que busca conforto em instâncias várias, a leitura é uma delas. Se há busca do conforto ou prazer na leitura, está deverá atendê-lo.

O homem-leitor quer esquecer suas irrealizações, precisa de palavras atraentes, de “fórmulas” que lhe ensine como agir, como encontrar soluções, ele gosta de viver essa utopia momentânea. É utópico, mas é exatamente nesse entrelugar, entre o real e a falácia, entre o dito que já se sabe ou se conhece, ou até mesmo que se quer reconhecer, que os romances da narrativa trivial se encontram; elas simplificam e tornam comum ao homem sua própria vida, suas necessidades, seus sonhos e aspirações que muitas vezes beiram ao desespero, desejos ocultos, até mesmo infantilidades, futilidades. Serve como ópio e, nesse contexto, não há nocividade.

Aparentemente, essa é uma afirmação óbvia, e até mesmo distante do que se convém como arte literária. Mas só aparentemente, pois toda narrativa se faz em torno do homem e de sua existência, algumas com “goles maiores” de trivialidade que outras. Essas, com dose maior de trivialidade, que se envolvem mais em questões existenciais humanas, fazem muito mais sucesso, tanto em venda quanto em recepção; ocorre fazer essa distinção, porque há livros mais lidos que vendidos, hoje, em consequência da inovação na arte da escrita, como os e-books, que inicialmente, como ocorreu com o romance quando do seu surgimento, causou rebuliço no mundo das letras. Parecia que seria o fim dos livros. Felizmente, isso não ocorreu, os tempos modernos se adaptam às novidades que “chovem” continuamente.

Há de se convir que não cabe mais o discurso em que se priorize um tipo de narrativa em detrimento de outra. O mundo literário é infinito, é receptivo a todas as formas e estilos,

mesmo os mais informes. A Literatura convencional é relevante para o indivíduo em sua caminhada de conhecimento; a literatura de massa, os Best-Sellers, ou outro nome que se queira dizer, é necessária para o lazer do homem-leitor da modernidade. É necessário fechar esse olhar preconceituoso sobre o “gosto” do leitor como algo inferior quando não se adequa aos “padrões” desejados pela intelligentsia literária. Toda literatura é de boa qualidade para o receptor que dela faz uso por prazer, que a degusta como a um “cálice de *cointreau*” (Santiago). E, se o tipo de narrativa preferida por um grande público leitor é a trivial, esta se tornará um Best-Seller e o seu autor se tornará conhecido e agraciado por esses leitores. É o que ocorre com Coelho a despeito de qualquer situação inconvenientemente contrária aos caminhos da alta Literatura.

Apesar de muitas críticas negativas, alguns pontos positivos podem ser creditados a obra de Coelho: a aproximação com o leitor e a inserção de sua obra em extensões locais diversas, tanto no Brasil, como no exterior. Essa aproximação com o leitor serve como abertura para uma nova fase na história da leitura no Brasil, pois, independente de suas qualidades literárias, sua crescente evolução no cenário da leitura do país, faz dele um sucesso no mercado editorial brasileiro: um fenômeno de vendas já por duas décadas; é escritor brasileiro do momento, é um escritor do mundo global.

Levando-se em conta que “o conceito de ‘literatura de massa’ dá-se em função do público receptor, enquanto o de ‘narrativa trivial’ se dá em termos de estruturação do texto” (KOTHE, 1994, p.87), os romances de Paulo Coelho são narrativas triviais partindo-se do contexto de uso de vocabulário e linguagem simples, enredo claro, poucos personagens, pedagogismo, um herói – cuja postura é declarada logo no início do romance, religiosidade, e um final feliz; é também literatura de massa, Best-Seller, pelo número de vendas e recepção pelo leitor e pelas traduções realizadas.

Portanto, não mais se convém pensar que a alta Literatura é mais correta, ou a melhor; trata-se de aceitar que novos estilos de escrituras se sobressaem a estas em acessibilidade e recepção sem que se possa detê-las, urgindo uma forma de dar-lhe visibilidade e importância literária, para situá-las num mesmo espaço social e literário, bem como para fortalecer a importância da Literatura propriamente dita enquanto elemento de crítica sociocultural e propagadora do conhecimento. Estes novos gêneros devem ser vistos como elementos significativos para a reflexão do presente e da própria Literatura.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ABREU, Marcia. **Cultura Letrada: Literatura e Leitura**. São Paulo: Editora UNESP, 2006. Coleção Paradidáticos.

ARISTÓTELES. **A arte poética**. Tradução: Pedro Nasseti. São Paulo: Martin Claret, 2007.

AUGUSTO, Sergio. **Na internet, quem diria, o livro é campeão de vendas**. Disponível em: <http://www.amigodolivro.com.br/termais_ma/terra.php?> Acesso em: 10/01/2011, às 13h45.

AVERBUCK, Lgia (org). **Literatura em tempo de cultura de massa**. São Paulo: Nobel, 1984.

BACH, Richard. **O paraíso é uma questão pessoal**. Tradução: Vera Neves Pedroso. Rio de Janeiro: Editora Record, 1974.

BARTHES, Roland. **Crítica e Verdade**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1970.

BERABA, Marcelo. **Três vezes Paulo Coelho**. São Paulo, 28.03.2010. Disponível em: <<http://www.masteremjornalismo.org.br/categorias/8-jornais-cia-/noticias793-tres-vezes-paulo-coelho>>. Acesso em: 22.03.2011, às 10h28.

BHABHA, Homi K. **O local da Cultura**. Tradução: Myriam Ávyla et al. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BLOOM, Harold. **O cânone Ocidental: o livro e a escola do tempo**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

CALDAS, Waldenyr. **A literatura da cultura de massa: uma análise sociológica**. São Paulo: Lua Nova, 1987.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

CHARTIER, Roger. **A história cultural entre práticas e representações**. Tradução: Maria Manuela Galhardo. Lisboa: DIFEL, 1988; Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S.A, 1990.

CHARTIER, Roger. **Os desafios da escrita**. Tradução: Fulvia Moretto. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

CHARTIER, Roger. **Inscrever e Apagar**. Tradução: Luzmara C. Ferreira. São Paulo: Editora UNESP, 2007.

CHARTIER, Roger (org). **Práticas da leitura**. Tradução: Cristiane Nascimento. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

CHAUI, Marilena. **Cultura e Democracia**. Coleção Cultura É o Quê? Secretaria da Cultura, Salvador – Bahia, 2007.

COELHO, Paulo. **O alquimista**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

COELHO, Paulo. **Diário de um mago**. São Paulo: Gold Editora Ltda. 1987.

COELHO, Paulo. **Brida**. São Paulo: Gold Editora Ltda. 1990.

COELHO, Paulo. **Veronika decide morrer**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.

COELHO, Paulo. **As valquírias**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

COELHO, Paulo. **O monte Cinco**. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2007.

COELHO, Paulo. **O demônio e Srta. Prym**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.

COELHO, Paulo. **O Zhair**. Rio de Janeiro: Rocco, 2005.

COELHO, Paulo. **A Bruxa de Porto Belo**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

COELHO, Paulo. **Onze minutos**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

COELHO, Paulo. **Na margem do rio Piedra eu sentei e chorei**. São Paulo: Gold Editora Ltda. 1994.

COUTINHO, Afrânio. **A Literatura no Brasil**. São Paulo: Global, 1997.

DARNTON, Robert. **O livro e a internet: Cinco mitos sobre a idade da informação**. Tradução: Jô Amado. Revista PCBI, PB, 2011. Disponível em: <<http://pcbi.webnode.com>> Acesso em: 08.04.2011, às 20h35m.

EAGLETON, Terry. **Teoria da literatura: uma introdução**. Tradução: Waltensir Dutra. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

EARP e KORNIS. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro, BNDES, 2005. Disponível em: <www.bndes.gov.br/siteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/>. Acessado em 13/032/2011.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. Tradução Perola de Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 2008.

EL FAR, Alessandra. **Livro para todos os bolsos e gostos**. In: Cultura Letrada no Brasil: Objetos e práticas. Campinas, SP: Mercado das Letras, Associação de Leitura no Brasil (ALB); São Paulo, SP: Fapesb, 2005, pgs. 329-341.

FLUSSER, Vilém. **Da religiosidade: a literatura e o senso de realidade**. São Paulo: Escrituras Editora, 2002.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler: em três artigos que se contemplam**. São Paulo: Cortez, 1999.

GAARDEN, Jostein. **O mundo de Sofia: romance da história da filosofia**. Tradução: João A. Jr. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HONOR, Rosângela. **Paulo Coelho Briga com a Warner**. Disponível em: <http://terra.com.br/istoégente/28/reportagens/rep_paulo.htm>, São Paulo, 2000. Acessado em: 13/12/2010, às 18h16.

ISER, Wolfgang. **O ato da leitura: uma teoria do efeito estético**. São Paulo: Editora 34, 1996.

JAUSS, Hans Robert. **A estética da recepção: colocações gerais**. In: LIMA, Luis Costa. A literatura e o leitor: textos de estética da recepção. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

JOACHIM, Sebastien. **Cultura e Inclusão Social: Ariano Suassuna, Paulo Coelho e outros fenômenos atuais**. Recife, Editora Universitária da UFPE, 2008.

KANT, Immanuel. **Crítica da faculdade do Juízo**. Tradução: Valério Rohden e Antonio Marques. 2.ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

KOTHE, Flavio R. **O Herói**. São Paulo: Ática, 1987.

KOTHE, Flavio R. **A narrativa trivial**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1994.

LAJOLO Marisa; ZILBERMAN, Regina. **A leitura Rarefeita**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

MADEIRA, Marcos Almir. **Fronteira sutil entre a sociologia e a literatura**. Rio de Janeiro; Editorial Nórdica; Niterói, RJ: UFF, 1993.

MARCUSE, Herbert. **Ideologia da sociedade Industrial**. Tradução: Giasone Rebuá. Rio de Janeiro, 1967.

MENDES, Cleise Furtado. **A gargalhada de Ulisses: a catarse na comédia**. São Paulo: Perspectiva/Salvador: Fundação Gregório de Matos, 2008.

MORAIS, Fernando. **O Mago**. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2008.

MUSSER, Halime. **Best-Seller: A história de um gênero**. Rio de Janeiro: Usina das Letras, 2010.

NEILL, Alexander Sutherland. **Liberdade sem medo**. Summer Hill: radical transformação na teoria e prática da educação. Tradução: Nair Lacerda. São Paulo: IBRASA, 1980.

O ALQUIMISTA, de Paulo Coelho, é traduzido para aimará e quéchua. O Estadão, SP, 2010. Disponível em: <<http://www.estadão.com.br/noticias/celebridades>>. Acesso em: 13/12/2010, às 14h.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

PUTERMAN, Paulo. **Indústria Cultural: A agonia de um conceito**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1994.

REIMÃO, Sandra. **Os best-sellers de ficção no Brasil 1990/2000**. Disponível: <<http://eventos.nevora.pt/comparada/volume/bestsellersdeficçãoonobrasil.pdf>>. Acesso em: 26.10.2010, às 13h30m.

RICHARD, Nelly. **Intervenções críticas: arte, cultura, gênero e política**. Tradução: Rômulo Monte Alto. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

ROCHA, Everardo. **A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

RODRIGUES, Sergio. **Literatura Brasileira como (fraco) produto de exportação**. Disponível em: <<http://www.veja.abril.com.br/blog/todoprosa/vida-literaria>>, São Paulo, 2010. Acesso em: 10/10/2011, às 16h33.

RODRIGUES, Sergio. **O dia em que a New York não falou da literatura brasileira**. Disponível em: <<http://www.veja.abril.com.br/blog/todoprosa/vida-literaria>>, São Paulo, 2010. Acesso em: 10/10/2011, às 16h33.

SANTIAGO, Silviano. **O Cosmopolitismo do Pobre: Crítica Literária e Crítica Cultural**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

SARTRE, Jean-Paul. **O existencialismo é um Humanismo**. Apresentação e notas: Arlete Elkaim-Sartre. Tradução: João Batista. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SODRÉ, Muniz. **Best-seller: A literatura de mercado**. São Paulo: Editora Ática, 1988.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes Ltda., 1976, 5ª edição.

SOUZA, Eudoro. **História e Mito**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1981.

VASCONCELOS, Sandra. **Caminhos do romance Inglês no Brasil do século XIX**. In: *Cultura Letrada no Brasil: Objetos e práticas*. Orgs: Abreu e Schapochnik. Campinas, SP: Mercado das Letras; São Paulo: Fapesp, 2005.

ZILBERMAN, Regina. **Estética da Recepção e História da Literatura**. São Paulo: Editora Ática, 1989.

ZILBERMAN, Regina. **Fim dos livros, fim dos leitores?** São Paulo: Editora SENAC, 2001.

ZILBERMAN, Regina. **A literatura e o apelo das massas**. In: *Literatura em tempo de cultura de massa*. Org: Lgia Averbuck. São Paulo Nobel, 1984, p.09-29.

