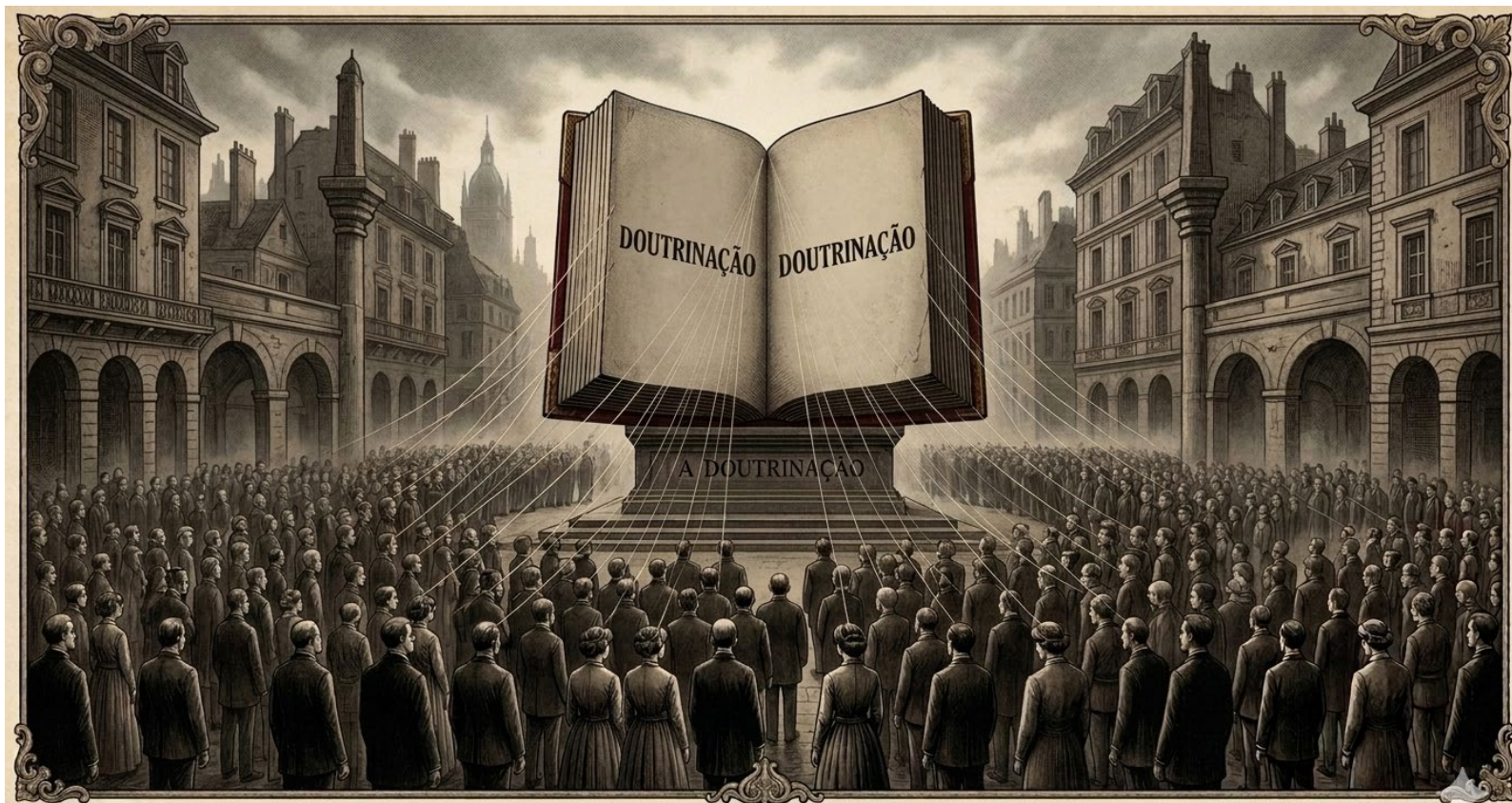




A DOCTRINAÇÃO DO BEST-SELLER

FÁBIO LUCAS*

A consagração do best-seller e de seus componentes na história da produção e circulação do livro constitui fenômeno específico da indústria cultural. É que parte do consumo de obras literárias se surpreende orientada pelo espírito de demonstração, imitativo das decisões supostamente superiores, que a cultura de massa introduziu nas decisões do leitor comum. Desse modo, em vez de o comprador de livros sugerir-se pela crítica literária, prefere motivar-se de acordo com a lista das obras momentaneamente mais vendidas.

O best-seller destronou o crítico e o expulsou dos meios de comunicação de massa, substituindo-o pelos dispositivos medidores do mercado. Tem-se, portanto, a sutil confusão da qualidade com a quantidade. Para empregarmos o jargão da Ciência da Economia, diríamos que o valor de uso da obra literária se viu superado pelo valor de troca.

A escolha do leitor encaminhou-se paulatinamente para a reação mais instintiva: aquela que, de forma resumida, atende mais rapidamente ao prazer da leitura. Fala-se de

* Doutor em Geografia Humana - Livre-docente da UFG/Universidade Federal de Goiás.

literatura descartável. Lembro-me, a propósito, de minha temporada nos EUA, quando a faxina dos hotéis recolhia dezenas de obras jogadas no lixo pelos leitores consumistas.

O best-seller vem a ser parcela do que se consagrou como literatura trivial. Se o leitor brasileiro reparar nos chamados suplementos culturais e compará-los com os suplementos literários dos anos de 1940, 1950 e 1960 do século passado, notará de imediato como a literatura perdeu sua aura. Todos os jornais de maior circulação ofereciam ao leitor um suplemento literário semanal; cada suplemento se orgulhava de manter um rodapé de crítica. Além do mais, a imprensa diária oferecia uma coluna só de notícias de livros.

Hoje, nos suplementos culturais da grande imprensa, a literatura se perde em meio de notícias de ídolos da TV, do esporte e da música popular. Das Letras, o que predomina são notícias de autores estrangeiros, sumários de press release, de preferência estadunidense, de tal modo que o autor brasileiro, ali, se tornou exceção.

Tudo isso, em grande parte, integra a indústria da cultura, que, por sua vez, dada a velocidade dos acontecimentos, consagra a literatura trivial, descartável. Para efeito de mercado, tornou-se importante que tudo o que se torna mercadoria tenha duração efêmera e guarde, desde o nascimento, o caráter de objeto sujeito a precoce obsolescência.

As vanguardas, em grande parte, observaram o espírito de evento comercial. Não foi outra a razão pela qual assimilaram a linguagem insinuante e frágil da publicidade, com seus trocadilhos, suas formas repetitivas, sua retórica exuberante, excessivamente visual e vazia.

Quando se nota a queda da aura do autor nacional, a substituição deste pelo estrangeiro, presumivelmente mais bem situado na escala de valores, quando o consumidor de livros aceita passivamente sua descaracterização e até mesmo sua despolitização, não há como ignorar o efeito global da colonização, que leva à bovina dependência cultural.

No caso do best-seller, só se retém, da literatura, o aspecto mercantil, o mais frágil e efêmero. O que faz durar a obra não será o apelo aos estereótipos, mas, ao contrário, a fuga do vulgar. A literatura é essencial para o questionamento da condição humana. É a mais intimista e, conseqüentemente, a mais subjetiva das artes. Por isso, é muito mais do que simples mercadoria.



A publicidade tende a sugerir o paraíso em cada objeto exposto à venda. A fim de seduzir o grande público, procura a falsa elitização da literatura. Impõe o cunho do trivial nas histórias em quadrinhos, nas fotonovelas, nas telenovelas, nas coleções cor-de-rosa, no desenho animado, eivados todos de luxo e preconceitos. Os best-sellers, em geral, formulam respostas de acomodação ao meio presumivelmente chique. No fundo, participam da doutrinação massificadora da inércia travestida de prazer. Não estimulam o sonho de mudança, nem induzem à ação criadora ou à investigação analítica. Sendo triviais na essência, não ajudam a consciência crítica para a ação transformadora. Inibem a arte considerada finalidade sem fim, não utilitária, resgatadora da condição humana.

Nem todo best-seller é necessariamente desprezível. Grandes obras podem gozar dos favores do mercado. Mas essa não é a lógica do mercado.

