

Os Projetos de Democratização da Leitura nos Livros do Coração¹

Roberta Manuela Barros de ANDRADE- Universidade Estadual do Ceará²

Erotilde Honório SILVA- Universidade de Fortaleza³

RESUMO

O mercado dos romances sentimentais, no início do século XXI, tem sofrido mudanças drásticas graças às novas tecnologias da comunicação. O formato digital que possibilita a reprodução não autorizada de romances, de forma ilimitada, permite que e-books artesanais sejam lançados na internet, podendo ser, inúmeras vezes, baixados. Assim, o foco deste trabalho está nos projetos de democratização destes livros que permitem o seu download gratuito nos inúmeros blogs que se especializam nestes romances. Neste sentido, este trabalho visa a investigar as lógicas que orientam os projetos de democratização dos livros sentimentais. Neste contexto, interessa-nos discutir como a revolução digital impactou o mercado dos “livros do coração” a partir da lógica de produção dos projetos de democratização da leitura que são a principal fonte de alimentação dos blogs que tratam do tema.

Palavras-Chave: Revolução Digital; E-Books; Romances Sentimentais; Democratização da Leitura.

1. Quando os livros digitais entram em cena

Os romances sentimentais, aqueles que centram seu enredo em contar histórias de amor, são responsáveis por mais da metade de toda a produção mundial de ficção vendida na América do Norte. No Brasil, a *Harlequin Books*, a maior editora do mundo nesta categoria, e especialista na produção de romances a baixos custos, em 1977, já alcançava a marca de 100 milhões de exemplares vendidos mundo afora (SILVA e PUHL, 2008). A empresa canadense *Harlequin Books*, que passou a se chamar *Harlequin-Silhouette*, após sua fusão, nos anos de 1980, com a *Silhouette*, maior editora do mercado norte americano de romances, publica, hoje, 80% dos romances produzidos no mundo inteiro, sempre a preços acessíveis, e até recentemente, postos à venda, quase que exclusivamente em banca de revistas. Os romances editados pela *Harlequin-Silhouette* são, na contemporaneidade, vendidos em mais de 108 países e traduzidos para 26 línguas (DUNGEE, 2003).

Neste mercado bilionário, o Brasil se destaca como um dos países mais lucrativos para tais editoras. Entre os anos de 1980 e 1990, somente, aqui, a *Harlequin-Silhouette*, em parceria com a *Nova Cultural*, produziu, a preços populares, mais de 25 coleções diferentes, com mais de 80 subdivisões. Mas estas produções impressas perderam o seu fôlego, na

¹ Trabalho apresentado ao NP Produção Editorial do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Comunicação Social, mestre e doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Professora Associada N da Universidade Estadual do Ceará (UECE). E-mail: manubarros@secrel.com.br.

³ Graduada em Comunicação Social, mestre e doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Professora Titular da Universidade de Fortaleza (Unifor). E-mail: eroh@unifor.br.

entrada dos anos 2000. O mercado editorial, nesta década, esteve em franca transformação, o que culminou no início do século XXI, com a decisão editorial da *Harlequin-Silhouette* e sua maior concorrente e ex-parceira comercial, a *Nova Cultural*, de diminuir drasticamente a impressão de romances sentimentais de banca de revista, alocando-os em outro formato- o digital. A maior responsável por esta mudança foi a chegada do que se convencionou chamar, no campo das publicações comerciais, de revolução digital.

Este processo que se inicia na década de 1990 teve uma longa história de altos e baixos. Como nos lembra Thompson (2013), no final desta década, muitas editoras, empolgadas pelas previsões otimistas em relação ao sucesso desta nova tecnologia no campo editorial comercial, investiram milhares de dólares em projetos de publicação eletrônica. Entretanto, em 2001, como o sucesso esperado não foi alcançado, houve um período de redução substancial de investimentos nesta área. No final de 2007, a participação dos chamados e-books no total de vendas das grandes editoras não chegou a 0,1% de suas vendas totais. As razões eram várias, os dispositivos de leitura disponíveis não agradavam ao público consumidor, as editoras não disponibilizavam volumes suficientes e os preços eram altos demais. Mas em 2008, este quadro muda drasticamente.

Neste ano, a *Amazon* lança o *kindle*, uma nova tecnologia de tinta eletrônica que simula a tinta tradicional em papel e minimiza o uso da bateria, além de usar conectividade sem fio, permitindo o seu download do e-book, de forma rápida e eficiente. Em 2008, as vendas de e-books cresceram em 50%, em 2009 aumentaram 400%. Este aumento progressivo de vendas, leva em 2009, a conceituada *Barnes & Noble* a lançar seu próprio dispositivo eletrônico, o *Nook*. Em 2010, a *Apple* joga no mercado a sua nova versão do *Ipad*, que trazia como novidade uma forma mais organizada e inteligente de baixar livros. Em termos de venda de e-books, estima-se que entre 2009 e 2010, as vendas atingiram quase 230 milhões de dólares, e no primeiro semestre de 2011, ficaram acima de 450 milhões, somente nos Estados Unidos da América (THOMPSON, 2013).

Porém, a maior parte das vendas do novo formato foi na área de ficção, em especial voltadas para os livros de mistério, terror, ficção científica e romances de amor, que aumentaram em cerca de 60% em relação ao ano de 2010. No que se refere aos romances sentimentais, as vendas em e-books cresceram mais ainda, em torno de 80%. Este grandioso sucesso não se deu voltado para os grandes *best sellers* do gênero, mas para os livros de autores desconhecidos. Os *best sellers*, apesar de venderem bastante em e-books, ainda tem a maior parte de suas vendas concentradas no livro impresso. Estes livros, de grande

visibilidade nas livrarias físicas, com esquemas de marketing extremamente complexos, ainda se mantêm hegemônicos em vendas impressas. Assim, o sucesso de vendas dos romances sentimentais em e-books se realiza mais no que diz respeito aos romances de esquema editoriais mais populares, com autores bem mais desconhecidos, justamente o nicho de mercado no qual a *Harlequin-Silhouette* é hegemônica.

Mas, no Brasil, o sucesso dos e-books sentimentais não foi tão estrondoso como nos Estados Unidos. Nem a página oficial da *Harlequin-Silhouette* e nem tampouco da *Nova Cultural* são as mais visitadas pelas leitoras destes romances. Isto se deve ao fato destas páginas comerciais concorrerem com outras páginas, especializadas no gênero, que possuem um diferencial em relação às primeiras: permitem o download gratuito de livros. Não se trata de piratear os e-books produzidos pelas grandes editoras como a *Harlequin-Silhouette*, mas de disponibilizar em PDF ou mesmo em processadores de textos como o Word sucessos antigos do mercado, em especial, romances de bancas de revista dos anos de 1980 e 1990, como também *best sellers* do gênero. Os e-books artesanais incluem ainda livros estrangeiros que ainda não foram lançados no mercado brasileiro e que ficam disponibilizados, para os fãs, em versões em português brasileiro.

Esta iniciativa provém de projetos de democratização da leitura⁴, idealizados, organizados e administrados de forma amadora por fãs do gênero. No Brasil, há, pelo menos, 10 grandes projetos em andamento: o “Projeto Revisoras e Projeto Revisoras Traduções”, o “Projeto Romances”, o “Livros Florzinhas”, o “Prazer em Seduzir”, o “Livros Corações”, o “E-books Românticos e Eróticos”, o “Adoro Romances em E-Books ou ARE”, a “Comunidade ARS”, o “Tiamat World” e o “Romance com Tema Sobrenatural”. Os livros oriundos destes projetos são baixados em vários blogs voltados para o tema, ao mesmo tempo em que podem ser encontrados em páginas de arquivamento de suportes eletrônicos como o “Scribd” e o “4shared”. O Brasil tem em torno de noventa blogs especializados no tema. Nem todos os blogs disponibilizam versões digitais de livros impressos, mas dentre os que disponibilizam gratuitamente temos, entre os mais populares o blog “Adoro Romances”, “Amor aos Romances”, “Minha Teca”, “Amo Romances Florzinhas” e “Romances Contemporâneos e Sobrenaturais”.

⁴ Os projetos de democratização da leitura, na cultura oficial, em geral, se baseiam na difusão de obras cujos direitos de publicação foram cedidos por seus autores ou cujos direitos autorais já caducaram. Entrementes, decidimos nomear estes projetos como pertencentes a esta categoria porque estes se auto denominam como tais, apesar de nem sempre trabalharem com livros livres de direitos de publicação. De qualquer forma, abstraindo as questões legais, o intuito é o mesmo: facilitar o contato com os livros deste gênero, cujo acesso, por questões econômicas, ainda é interdito a grande maioria da população brasileira.

Mas, se nem todos fazem a disponibilização gratuita, todos divulgam, discutem e publicizam a maior parte do acervo existente em língua portuguesa do gênero. Todos os blogs possuem sinopses das obras, permitem postagens dos fãs acerca de um dado livro em questão, e muitos deles, possuem ferramentas formais de avaliação das obras. Dentre os blogs que não disponibilizam livros, mas, que fornecem sinopses elaboradas pelos próprios blogueiros mescladas com opiniões pessoais sobre as qualidades das obras, abrindo espaços para postagens dos usuários sobre as obras, temos “Sempre Romântica”, “Simplesmente Romântica” “Romances in Pink”, “Clube do Livro Hot”, “Literatura Digitais”, “Romantic Girl”, “Sofá de Leitura”, “Literatura de Mulherzinha” etc.

Entrementes, lembramos que a reprodução não autorizada de livros e trechos de livros não é novidade, da fotocópia à digitalização, a prática sempre foi uma constante. Mas, pela primeira vez, os novos suportes, usados para fornecer acessos gratuitos aos romances, tem abalado, de forma radical, o poderoso mercado editorial dos livros comerciais, como nenhuma outra técnica de reprodução teria feito em séculos anteriores. É óbvio que, com os e-books, há mudanças na venda do livro, desde a sua idealização à distribuição, mas o que queremos chamar a atenção, neste trabalho, está no fato de que: a) o processo de reprodução não está mais intrinsecamente relacionado ao uso de uma técnica, por exemplo, a fotocópia, mas passa por um processo criativo de produção que se estabelece a partir de um novo lugar social: os projetos de democratização do livro citados acima; b) o uso de blogs, como veículo de discussão, publicização e disponibilização dos romances sentimentais, não só vem acarretando transformações no produto em si, mas, essencialmente nos modos de lê-lo.

Nesta perspectiva, nos indagamos como se dá o processo de produção destes e-books artesanais. Interessa-nos aqui, discutir como a revolução digital impactou o mercado dos livros do coração a partir não dos esforços do mercado comercial em implantar o novo formato digital, mas, a partir da lógica de produção dos projetos de democratização da leitura que pululam na internet, e que são a principal fonte de alimentação dos blogs que tratam do tema. Neste sentido, este trabalho visa a investigar as lógicas que orientam os projetos de democratização dos livros sentimentais, pois, acreditamos que tais projetos têm desempenhado um papel de relevância no que diz respeito às transformações nos regimes de leitura dos romances sentimentais. Neste contexto, nos indagamos: como as leitoras de livros sentimentais migraram das bancas de revistas para os blogs de fãs na internet?

2. A Passagem da Banca de Revista para os Blogs na Rede

A difusão mundial dos romances sentimentais se deu, no Brasil, a partir do século XVIII, favorecida pela técnica da tradução. A prática de sua leitura tornou-se um hábito cultural entre as elites por todo o século XIX (ABREU et alli, 2003), intermediado, principalmente, por editoras francesas de grande porte, que tanto mediavam a tradução de romances ingleses como produziam seus próprios autores. Entretanto, somente nas primeiras décadas do século XX, com a criação de editoras nacionais, o produto inicia seu processo de ampliação de público, entrando no universo das camadas médias brasileiras. Esta expansão de nosso mercado editorial se dá, não só com a ampliação do interesse pelo consumo de livros, mas, principalmente, pela expansão do mercado em direção a novas faixas de leitores.

Neste novo nicho editorial, as mulheres encontram um lugar privilegiado. Neste período, as mulheres ocupam mais a rua, isto é, circulam mais no espaço público, e algumas delas começam a trabalhar fora do lar, apesar de muitas restrições (DEL PRIORI, 2001). Com o crescimento deste processo, as moças começam a frequentar as livrarias, comprando seus próprios livros. O grande marco dessa trajetória é o lançamento da Coleção Biblioteca das Moças, da Companhia Editora Nacional (CUNHA, 1999, ANDRADE e SILVA, 2008, 2010a, 2011). A Coleção Biblioteca das Moças foi uma plêiade de obras que reuniu a tradução de romances sentimentais tanto de autores franceses como ingleses entre os anos de 1930 e 1960 no Brasil. O seu sucesso entre as camadas médias brasileiras foi tão especial que a Coleção tornou-se ícone de uma geração e sinônimo de romance sentimental neste período.

Com a ditadura militar, os romances sentimentais chegam às bancas de revistas, a preços módicos, atingindo agora também às camadas populares (ANDRADE e SILVA, 2010b). Entre os anos de 1965 e 1975, as mulheres das classes populares consomem, pela primeira vez, uma literatura sentimental, essencialmente destinada a elas, encontrada em bancas de revista, agora em um novo formato, o de bolso (15cm x 10,5 cm). O formato que cabia na bolsa significou uma revolução de vendas, pois, facilitava a leitura, uma vez que garantia o seu consumo em qualquer lugar, tanto em transportes públicos como em salas de espera de escritórios e hospitais e em intervalos de trabalho. A portabilidade foi, com certeza, uma das razões do seu êxito, aliada a uma estrutura narrativa simples, com personagens estereotipadas, com clara definição de papéis sociais.

Os romances de banca de revistas se materializam, neste período, no Brasil, nas Coleções *Trevo*, *Ventura*, *Lírio*, *Celia*, *Cíntia*, etc. Neste novo nicho de mercado, a autora

de maior popularidade, foi com certeza, Corin Tellado, que repetindo o seu sucesso na Espanha, ganha no Brasil, uma coleção própria, com seu nome impresso na capa. Mas, em fins dos anos de 1970, com o fim do “milagre brasileiro”, as vendas em banca de revista entram em declínio. O gênero, considerado em decadência, muda drasticamente seu lugar no mercado editorial brasileiro com a chegada da poderosa *Harlequin-Silhouette*, que em parceria com a *Nova Cultural*, lança, em 1977, a Coleção “Sabrina” em todo o território nacional. Os livros “Sabrina”, alicerçados em um poderoso esquema de marketing, com tamanhos um pouco maiores do que os de bolso, com uma linguagem mais atual, conjugando amor e sexo, portanto, com uma abordagem bem mais contemporânea do que seus predecessores, são instantaneamente, um enorme sucesso. A entrada desta coleção cria uma nova era para os romances de banca de revista, tendo consequências radicais para o mercado editorial brasileiro.

A nova coleção atinge desde adolescentes a mulheres maduras, e desta vez, não está mais restrita às classes populares, alcançando segmentos importantes das classes médias brasileiras (ANDRADE e SILVA, 2013, 2014). O seu sucesso é tamanho que no ano seguinte, em 1978, a *Nova Cultural* lança a coleção “Julia”, e em 1979, a coleção “Bianca”. Na década seguinte, a tiragem destes livros chega a atingir mais de 600 mil exemplares ao ano, um feito extraordinário para um país, à época e ainda hoje, possuidor ainda de índices altíssimos de analfabetismo e de analfabetos funcionais.

Em 1970, a relação entre tiragem de livros e a população do Brasil era de 1 livro por habitante ao ano. Em 1972, editou-se 1,3 livro por habitante. Essa proporção se manterá crescente durante toda década de 1970, atingindo o índice de 1,8 livro por habitante em 1979 (REIMÃO, 1996), ano no qual é lançada a coleção “Bianca”. Entrementes, esta média nacional não se mantém quando se trata dos romances sentimentais de banca de revista. Na década seguinte, estas coleções serão avidamente consumidas, num processo que englobava a leitura, neste período, de 4 a 6 livros ao mês, o que faz com que tais coleções se situem, nos anos de 1980, como um extraordinário sucesso editorial, se transformando em ícones de toda uma geração. Nos anos de 1990, este gênero entra em um processo de diversificação de autores e coleções. As opções, para o público consumidor, agora, se amplificam. A *Nova Cultural* lança novas coleções, como “Momentos Íntimos” e “Clássicos Históricos”, e investe em desdobramentos das coleções anteriores. Agora, além de “Julia”, está no mercado, “Julia Picante”, além de “Bianca”, “Bianca Sonhos”, além de “Sabrina”, “Sabrina Destinos” e assim por diante.

Os romances populares passam a ocupar prateleiras inteiras nas bancas de revistas. Mas, os investimentos milionários, no início dos anos de 2000, revelam-se desproporcionais aos lucros com a sua venda. Em 2008, já em parceria, agora com a Editora *Record*, a *Harlequin-Silhouette* publica, em média, cerca de 400 títulos ao ano, sendo 17 lançamentos por mês. Neste mesmo ano, as vendas chegaram entre 1,8 milhões a 2,0 milhões de exemplares ao ano (SILVA e PUHL, 2008). Os números até podem parecer exorbitantes, mas revelam uma queda de vendas, se comparados com o crescimento vertiginoso das décadas anteriores. Na primeira década do século XXI, com as vendas não alcançando os patamares esperados, a *Harlequin-Silhouette*, assim como a sua antiga parceira no Brasil, agora sua concorrente direta, a *Nova Cultural*, tomam a decisão de estabelecer novas estratégias de mercado, retirando as inúmeras coleções da década anterior das bancas, e preservando apenas as de maior sucesso junto aos fãs, ao mesmo tempo em que, a *Harlequin Silhouette* expande seus pontos de venda, pondo as novas coleções, em parceria com a Editora *Record*, disponíveis também em *megastores*, como a livraria Saraiva e a Livraria Cultura.

No mesmo período, ambas mudam de suporte, lançando algumas das suas coleções de maior sucesso em formato digital. É a entrada dos e-books no universo dos livros do coração, que inclusive, podem, agora, ser comprados por encomenda. Os fatores que explicam esta nova reviravolta no mercado editorial são vários, e das mais diferentes ordens. Lembramos que não podemos confundir, aqui, a venda nas bancas de revista ou livrarias virtuais ou físicas, em formato impresso ou digital, com o seu consumo. As pesquisas sobre o consumo de romances sentimentais de Andrade e Silva (2011a, 2014) revelam que as fãs do gênero consomem em torno de 4 a 12 romances ao mês, com um ritmo de leitura diário ou quase diário. Trata-se, aqui, de um grande feito, uma vez que, em 2010, o índice brasileiro de livros por habitante indica que temos, neste mesmo período, comercializados apenas 2 livros por habitante ao ano (REIMÃO, 2011)⁵.

Assim, a nossa comunidade de leitura tem acesso ao livro sentimental das mais diferentes formas: a) Pela compra nas redes oficiais de venda; b) Pela permuta e negociação das coleções passadas e contemporâneas em bancas de revista ou em sebos situados, em geral, nos centros das grandes cidades; c) Pelo circuito de empréstimo no interior da sua própria comunidade de consumo, prática bastante comum entre as fãs e d) Pelo processo de

⁵ Enquanto isso, em 2003, nos Estados Unidos temos a média de 11 livros por habitante ao ano, e na França, 7 livros por habitante (LINDOSO, 2005).

baixar os livros, gratuitamente, em comunidades especializadas em romances sentimentais na rede. Porém, para fins deste trabalho, destacamos apenas um desses fatores: o acesso a versões digitais dos livros impressos, de forma gratuita, na rede. Os lançamentos das editoras, tanto impressos como em formato de e-books passam a conviver, na internet, com a disponibilização gratuita das produções, encontrada nos blogs das fãs do gênero. Mas como se estruturam tais projetos? Qual a sua lógica de construção?

3. Os Romances Sentimentais e os Projetos de Democratização da Leitura

Os inúmeros projetos de democratização do livro voltados para os romances sentimentais são todos projetos, sem fins lucrativos, que usam mão de obra voluntária, isto é, sem remuneração e se autodenominam como produzidos de fãs para fãs do gênero. Estes são acompanhados atentamente pelas leitoras deste tipo de livro que, nos blogs especializados, costumam fazer referência à sua existência, com palavras e expressões elogiosas aos projetos. Mas, em geral, à parte tais ritos de sociabilidade, as fãs se preocupam intensamente com os próximos lançamentos dos grupos, indagando, sobre coleções e obras que ainda não foram traduzidas para o português, bem como livros que marcaram a adolescência e juventude de suas fãs, e que não foram ainda disponibilizados na rede.

Os critérios usados para selecionar quais os livros que devem merecer o escrutínio de suas promotoras não estão claros. Nem todos os livros das coleções “passadas” estão disponíveis e nem todos os *best sellers* ou lançamentos do mercado estão sendo “trabalhados” nos projetos. O planejamento de quais obras vai ser objeto de digitalização e tradução parece flutuar em duas situações distintas: a) Existe uma clara preferência por autores e coleções de grande sucesso em décadas anteriores; b) Há também um direcionamento, este mais recente, para os grandes sucessos editoriais da contemporaneidade, traduzidos ou não para o português.

Mas, isto não quer dizer que só os livros mais populares são disponibilizados. Parece-nos que, em seus primórdios os dois maiores projetos, por exemplo, o “Projeto Revisoras” e o “Livros Florzinhas” pretenderam alcançar, inicialmente, toda a produção de banca de revista, lançada nos Brasil, em especial, resgatando aquelas pertencentes aos anos de 1980 e 1990. Porém, a pretensão inicial não foi atingida. A produção das editoras, neste período, e aqui temos a *Nova Cultural*, como grande protagonista, mas, também de editoras menores, foi enorme, o que tornava tais pretensões difíceis de serem alcançadas. Por outro lado, o fato de a maior parte das obras selecionadas não terem sido escaneadas, mas,

digitadas deve ter criado enorme obstáculo a tal meta extraordinária pela quantidade de horas de trabalho que a disponibilização de um único volume demandava. O procedimento de se realizar uma nova digitação dava, obviamente, uma melhor qualidade ao trabalho produzido, mas também requeria um esforço extra às colaboradoras dos projetos.

Assim, com o passar do tempo, os projetos deram preferência a coleções e seus autores mais famosos. Neste contexto, as coleções Julia, Sabrina, Bianca, Barbara Cartland, Clássicos Históricos e seus desdobramentos, em outras coleções (Bianca Coração do Texas, Sabrina Destinos, Julia Verão etc) foram os objetos de disponibilização dos projetos. Nota-se que há uma preferência dos projetos por autoras de língua estrangeira, mas especificamente, inglesas, canadenses e australianas ainda que os projetos disponibilizassem coleções de autoras brasileiras. Entre estas coleções que se voltaram para o mercado de escritoras brasileiras se destaca a Coleção Amorosa (Margarida, Violeta e Gardênia), em formato de bolso, publicada pela Ediouro, nos anos de 1980. Porém, à exceção de uma ou outra coleção de maior sucesso, a maior parte do investimento do mercado editorial à época, assim como ainda hoje, se dava na tradução de autores estrangeiros.

O desinteresse dos projetos em cobrir o nicho de romances de banca de autoria brasileira se deve ao fato de que, no âmbito dos romances sentimentais, como também em vários outros gêneros das editoras comerciais, os autores de língua inglesa imperam. Apesar de na lista dos livros ficcionais mais vendidos de 1990 a 1999, no Brasil, mais da metade deles pertencer a autores nacionais (REIMÃO, 2001), este fenômeno não se repete no que diz respeito aos romances sentimentais que lá constavam, nenhum deles pertencia a autores nacionais. No que se refere aos romances sentimentais, Paes (1990) assinala que há uma lacuna no que diz respeito à literatura de massa em geral quanto à produção de autores nacionais. Os *best sellers* do Brasil, no campo dos romances sentimentais, são ainda, majoritariamente, até as primeiras décadas do século XXI, traduções de obras estrangeiras.

Mas, como já lembrado, não somente os livros de banca de revista publicados nos anos de 1980 e 1990 foram objeto de disponibilizações. As coleções de banca de revista, produzidas por várias editoras entre os anos de 1965 a 1975, bem como exemplares isolados da “Biblioteca das Moças” também foram alvo dessas disponibilizações. Entre as coleções de bolso, destacamos “Corin Tellado”, “Carlos de Santander”, e autores avulsos das coleções “Lírio”, “Trevo”, “Ventura”, “Celia” etc. Porém, os números de disponibilização em relação a este período histórico são diminutos, não chegando sequer a 10% dos livros

ofertados. Tal fato se justifica pelo de que as preferências de seus públicos consumidores, à época das publicações, se centravam nos livros publicados pela *Nova Cultural*, em especial os das coleções “Julia”, “Sabrina” e “Bianca”, em especial as dos anos de 1980.

De fato, os livros publicados nestas coleções nos anos de 1980 foram sucessos absolutos de público e, hoje, ainda são extremamente procurados para downloads nos sites especializados. Estes livros ficaram tão famosos, neste período, que receberam a alcunha de “Florzinhas”, dando origem ao nome do projeto “Livros Florzinhas”. Florzinha é um termo criado pela própria comunidade leitora de livros sentimentais para designar um tipo específico de romance sentimental, no qual as mocinhas eram delineadas como frágeis, submissas, inocentes (sexualmente) e ingênuas enquanto os homens eram descritos como poderosos, arrogantes, rudes e prepotentes, e nos quais as cenas de amor eram descritas de forma discreta, quase não havendo explicitação de intercursos sexuais. O termo aparece, com frequência, nas postagens das fãs do gênero nos sites especializados na discussão, apreciação e acesso aos romances sentimentais.

No entanto, lembro, nos anos recentes, os projetos mais tradicionais como “Livros Florzinhas”, “Projetos Revisoras” e outros projetos de atuação no mesmo campo começaram a sair do nicho dos romances de bancas de revistas, promovendo a disponibilização de livros mais sofisticados, no sentido comercial, com capas mais bem elaboradas, histórias mais longas, papel de melhor qualidade e, com certeza, com esquemas de marketing mais complexos. Estes livros são os vendidos em grandes livrarias, ocupando um espaço privilegiado em suas prateleiras e são grandes sucessos editoriais. Aqui, entram as grandes autoras do gênero de Nora Roberts a E. L. James. A procura por este gênero de romance, mais sofisticado editorialmente é tão grande que o “Projeto Revisoras”, hoje, se expandiu para o “Projeto Revisoras Tradução”, somente para dar conta do campo de disponibilização de livros sentimentais que ainda não foram publicados em língua portuguesa. Neste caso, os fãs do gênero realizam, eles mesmos, as traduções para o português brasileiro.

Assim, os projetos de democratização da leitura partem dos romances da banca de revista e chegam aos grandes *best sellers* do mercado de livros comerciais. Mas seja qual for o direcionamento dado, o processo de captação de colaboradores é semelhante. Qualquer um pode participar do esquema, desde que tenha em comum “um grande amor” pelos romances. Logicamente, o candidato a colaborador deve ter algumas habilidades e competências necessárias para o serviço: é preciso ter tempo, responsabilidade e

compromisso, tem que ter fibra e ser perseverante, se “entrar e achar que não vai conseguir”, que avise antes. No caso das traduções, deve se ter, além do conhecimento da língua portuguesa, de inglês e espanhol para a tradução e revisão final⁶. No caso dos “Projeto Revisoras Traduções” e do “Tiamat World”, diferentemente do “Projeto Revisoras” e “Livros Florzinhas” nos quais as disponibilizações, podiam ser doadas (portanto, dependentes dos gostos pessoais de suas fãs), as coleções e autoras a serem traduzidas são pré-selecionadas pelas “coordenadoras” do projeto. Neste caso, inclusive, o colaborador não precisa traduzir uma obra inteira, mas, como o trabalho é exaustivo, pode-se escolher traduzir apenas capítulos de obras.

Neste contexto, a fim de que a versão final de todos os projetos chegue às mãos de seu público, os livros passam por um complexo processo de gerenciamento digital que possui, pelo menos, quatro etapas distintas de produção: digitação, revisão (também chamada de correção), formatação e disponibilização. Em alguns projetos, temos ainda a categoria doação. No caso de obras ainda não publicadas no Brasil, temos cinco etapas porque há ainda a tradução como parte do processo. Cada uma das colaboradoras faz parte de um desses processos, mas, às vezes, a mesma pessoa exerce duas funções diferentes como digitalização (incorporando-se aqui o próprio ato de digitar as obras) e formatação, por exemplo. No que se refere ao “Livros Florzinhas”, apenas os nomes das digitadoras/digitalizadoras e das revisoras aparecem na versão final, no caso do “Projeto Revisoras”, há variações. Os créditos das digitadoras ou digitalizadoras (como normalmente é chamado o trabalho de transpor o texto para o formato digital) e revisoras são quase sempre obrigatórios, mas as formatadoras e disponibilizadoras também aparecem na tela. No caso do “Projeto Romances”, os créditos podem ser individualizados ou dados como pertencentes ao projeto.

A designação dos nomes das colaboradoras, em todos os projetos, é variável também. Algumas colaboradoras se apresentem com seu pré-nome e sobrenome, outras apenas com pré-nomes, há ainda aquelas que se apresentam por pseudônimos (como, por exemplo, Afrodite. Flor de Lótus ou Palas Atenas), e existem ainda aquelas que se apresentam apenas com um símbolo gráfico ou endereço de e-mail. Em quase todas as obras digitalizadas, há avisos que indicam que se trata de um projeto sem fins lucrativos, e que a comercialização do livro é estritamente proibida.

No que diz respeito à formatação do livro, as diferenças entre os projetos são

⁶ Dados retirados do próprio site do Projeto Revisoras Traduções, disponibilizado em <https://www.bloglovin.com/blog/6876573/similar>, e acessado em 03 de outubro de 2014.

inúmeras. No início, quando os primeiros livros digitais chegaram ao “mercado”, disponibilizados nos sites especializados, os “e-books” eram bastante rudimentares. Este é o caso dos primeiros romances “florzinhas”, que apareciam, em sua versão final, apenas com o nome da obra em português, seu autor, e o nome do projeto. Hoje, a feitura do e-book é bem mais complexa. Um “bom” livro disponibilizado aparecerá com a versão do título do livro em português, logo abaixo veremos o título original em inglês, o nome do autor, seguido pela digitalização da capa, e em alguns casos, inclusive, teremos a capa original em versão inglesa, terminando com o resumo ou sinopse da obra, aquele que consta na obra original. As referências bibliográficas originais do livro também aparecerão na apresentação, incluindo até a pequena cartinha que a editora brasileira escreve, se dirigindo às fãs, apresentando a obra.

No caso da “Tiamar Worl” e do “Prazer em Seduzir”, após a capa e os créditos das responsáveis pelo projeto, veremos notas, observações ou comentários das revisoras, tradutoras, formatadoras, disponibilizadoras sobre a “qualidade” da obra, em especial fazendo elogios à construção “perfeita” do mocinho da história ou do desenvolvimento do enredo, bem como desenvolvendo juízos de valor sob os comportamentos assumidos pelas personagens. Algumas vezes, há ainda a revelação do desejo de que a autora escreva um outro livro, contando a história de amor de personagens secundários da trama ou ainda informações sobre os próximos lançamentos, pelas próprias editoras, de obras da mesma autora, dando continuidade à história, desta feita, desenvolvendo histórias de amor de personagens secundárias.

As colaboradoras dos projetos também incluem informações que não constam do livro original, como por exemplo, dados sobre as mudanças de nome dos protagonistas, que variam de versão a versão. No caso das séries, os projetos informam, abaixo do título da obra, o nome dos protagonistas. Em se tratando do “Projeto Revisoras Traduções” e do “Amo Romances em E-books”, em alguns livros, apresenta-se uma lista, que pode aparecer tanto no início quanto no final da obra, informando quais os livros daquela coleção que já foram transformados em “e-books”, e quais os que estão ainda no “prelo”. As “produtoras” dos projetos comunicam ainda se o casal central aparecerá em outra obra da autora, e se personagens secundárias já tiveram suas histórias contadas. Em alguns casos, as digitalizadoras relatam em pequenas notas que substituíram as sinopses que aparecem nas capas dos livros publicados em português pelas sinopses encontradas na versão original em inglês, desta feita, traduzidas por elas próprias. A justificativa é que a sinopse realizada pela

editora brasileira é vaga, não condiz com a realidade, e que pode ser plenamente substituída pela versão original em inglês.

Os projetos criam ainda seus próprios logotipos, as exceções são os “Livros Florzinhas”, os “E- Books Românticos e Eróticos”, os “Romances com Tema Sobrenatural” e a “Comunidade RTS”, que não possuem referencial gráfico. O “Projeto Romances” se iniciou sem um logotipo, mas agora, já tem um padronizado. O projeto “Tiamat World” criou, desde o seu início, um logotipo e, aparentemente, nunca o modificou. Mas, os “Projeto Revisoras”, “Revisoras Traduções”, “Livros Corações”, “Adoro Romances em E-books” modificam constantemente seu logotipo que se transforma de acordo com a equipe de tradução que tomou a obra sob seus cuidados. Cada equipe cria seu próprio logotipo para a marca. O que há em comum em todos eles é o uso constante de flores. Cerca de 90% dos logotipos encontrados são formados por flores das mais diferentes cores e formatos. Todos os projetos que possuem logotipos também se utilizam de molduras para apresentar a obra. Neste quesito, o uso constante de flores também se repete. Assim, os projetos parecem projetar uma imagem de feminilidade para as leitoras do gênero. Para as mulheres que amam romances, as colaboradoras do projeto oferecem, literalmente, flores.

4. Á guisa de Conclusão

Os projetos de democratização dos livros sentimentais propõem uma mudança drástica no consumo deste bem cultural. Neste sentido, esta prática vem modificando os regimes de leitura destes livros, uma vez que a criação dos e-books artesanais permite um acesso quase ilimitado aos livros de coleções passadas bem como aos grandes lançamentos do mercado, se tornando a principal fonte de alimentação dos inúmeros blogs que tratam do tema. Nesta perspectiva, este trabalho visou a investigar as lógicas que orientam os projetos de democratização dos livros sentimentais. Para tal, partimos do pressuposto de que tais projetos têm desempenhado um papel de relevância no que diz respeito às transformações que se gestam no consumo dos romances, na contemporaneidade. A partir do presente estudo, algumas dessas mudanças puderam, aqui, ser auferidas.

Os projetos de democratização dos livros sentimentais se gestam sob a lógica da divisão social do trabalho. Portanto, não se trata de um bem produzido de forma individual, mas, de uma criação coletiva que passa por várias etapas antes da disponibilização da versão final aos seus consumidores. Mas, diferente da forma como esta se instituiu historicamente, a divisão social do trabalho, nestes projetos, não redundou em uma padronização dos “e-books”. Cada um dos projetos tem suas peculiaridades, e mesmo no

interior de um mesmo projeto, encontramos alterações estéticas interessantes. Os e-books variam, enfim, segundo os gostos estéticos de quem os produziu.

As diferenças podem ser encontradas nas letras escolhidos, no seu tipo gráfico, seu tamanho, sua cor. Mas também na forma como as informações se localizam nas páginas. Os créditos podem aparecer no início da digitalização da obra, logo após a apresentação da capa da obra, mas também podem aparecer após as referências bibliográficas da obra ou ainda em cabeçalhos. Por outro lado, os logotipos também variam bastante. Cada equipe constrói um logotipo, de acordo com seus gostos pessoais. Por outro lado, alguns projetos não se restringem a reproduzir a obra impressa tal qual ela foi elaborada pelas editoras que as publicaram. Há a difusão de pontos de vista sobre o enredo, a caracterização das personagens e o desenrolar da trama, e contextualizações, no caso das séries, que alocam as personagens principais e secundárias em outras obras, o que modifica, em maior ou menor grau, os protocolos de leitura instituídos para a sua interpretação.

Lembremo-nos, junto com Chartier (2011), que os protocolos de leitura são características intrínsecas a um texto e sua impressão que pretendem assegurar, ou ao menos indicar, a correta interpretação que se deveria dar a ele. No texto, há determinados elementos que o autor dissemina que orientam sua leitura em uma direção, ao mesmo tempo em que esta orientação se completa na própria matéria tipográfica. Estes protocolos estão presentes na escrita propriamente dita bem como no processo de edição do texto. Porém, os projetos de democratização da leitura, ao interferirem no texto, seja fornecendo pontos de vista sobre a obra, seja realizando uma tradução “livre” do texto original em inglês para o português transformam, em várias instâncias, os protocolos de leitura construídos por seus produtores. Assim, temos o livro produzido pelas editoras, o livro elaborado pelas colaboradoras dos projetos e o livro que vai ser incorporado à leitura dos fãs do gênero. Neste contexto, os projetos de democratização da leitura protagonizam novas práticas de leitura na contemporaneidade.

Desta sorte, este estudo nos auxilia, por certo, a entender como se fomenta as novas práticas de leitura da contemporaneidade que são alicerçadas no formato digital. Uma empreitada de tal ordem nos orienta na compreensão de como o formato digital convive com o livro impresso, transformando sociabilidades, mudando regimes de leitura, realizando uma revolução silenciosa no consumo de romances na contemporaneidade. Indubitavelmente, a leitura digital se mescla com a leitura tradicional materializada no livro impresso, o que nos leva a indagar como estas duas dimensões de leitura, a impressa e a

digitalizada, dialogam uma com a outra, e que novas sociabilidades, nascidas nos blogs, vão se costurar entre suas usuárias, tendo o hábito de ler romances como mediador. No bojo deste processo, sem dúvidas, novas práticas de leitura se instalam no cotidiano dos fãs do gênero, mas pouco ainda sabemos sobre os usos que se fazem destes e-books artesanais tanto nos blogs especializados no tema quanto no dia-a-dia de seus ávidos leitores. Eis, pois, aí, um instigante campo de análise para os interessados no tema.

Referências Bibliográficas

- ABREU, M. et alli. **Os caminhos dos livros**. Campinas: Mercado das Letras, 2003.
- ANDRADE, R.M.B; SILVA, E. H. O que é um romance inesquecível? Os processos de apropriação cultural dos livros do coração. IN: **XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Foz do Iguaçu, 2014.
- ANDRADE, R. M. B; SILVA, E. H. O consumo de romances e o universo feminino: as práticas de leitura dos livros do coração IN: **Interin**: Curitiba, v.15, n.1, 2013.
- ANDRADE, R. M. B; SILVA, E. H. O império das emoções e a literatura sentimental no Brasil. **Contracampo** (UFF), v. 22, p. 32-44, 2011.
- ANDRADE, R. M. B; SILVA, E. H. Corpos que falam: erotismo, amor e paixão no romance sentimental. **Comunicarte**, v. 30, p. 9-25, 2010a.
- ANDRADE, R. M. B; SILVA, E. H. A vida em cor de rosa: o romance sentimental e a ditadura militar no Brasil. Revista **Famecos** (Online), v. 17, p. 41-48, 2010b.
- ANDRADE, R. M. B; SILVA, E. H. Os Livros do Coração: uma análise dos romances sentimentais do século XX. **Contracampo** (UFF), v. 18, p. 203-224, 2008.
- BUN, J. C. **The effects of romance novel readership on relationship beliefs, romantic ideals and relational satisfaction**. Tese de Doutorado. Boston College, 2007.
- CHARTIER, R. (org). **Práticas de leitura**. São Paulo: Ed.Estação Liberdade, 2011.
- CUNHA, M. T. S. **Armadilhas da sedução: os romances de M. Delly**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- DA SILVA, C. E.; PUHL, P. R. Os romances sentimentais na cultura tecnológica: um estudo de como viver junto o lazer e o amor no século XXI IN: **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo. Vol. 05, no.13, 2008.
- DEL PRIORI, M.. **Histórias do cotidiano**. São Paulo: Contexto, 2001.
- DUNGEE, P. M. I. **Integrated marketing communications at Harlequin Enterprises: the marketing of happily ever after**. Dissertação de Mestrado. Seton Hall University, 2003.
- LINDOSO, F.. Educação: lição de Casa. **Desafios do desenvolvimento**. Brasília, ano 2, nº 6, jan. 2005.
- PAES, J. P. **A Aventura Literária**. São Paulo, Companhia das Letras, 1990.
- REIMÃO, S. Os best sellers de ficção no Brasil: 1990/2000. IN: **XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Campo Grande, 2001.
- REIMÃO, S. Tendências do mercado de livros no Brasil: um panorama e os *best-sellers* de ficção nacional (2000-2009). **Matrizes**. São Paulo, ano 5, nº 1, jul./dez. 2011.
- REIMÃO, S. **Mercado editorial brasileiro 1960-1990**. São Paulo: ComArte/Fapesp, 1996.
- THOMPSON, J. **Mercadores da cultura**. São Paulo: Unesp, 2013.