

Best Seller: Uma análise à luz dos intelectuais da Teoria Crítica e de Muniz Sodré

1

Taís Barros BEZERRA²
Ricardo Jorge de Lucena LUCAS³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

Os *best sellers* são os livros que ocupam as principais prateleiras das livrarias devido à grande quantidade de vendas atingidas. Esse tipo de livro compõe a chamada literatura de massa e é responsável pela reprodução de fórmulas engessadas que, em poucas ocasiões, não transformam o enredo em um sucesso. O referido produto da indústria cultural tem parcela significativa na atuação dos indivíduos que o consomem. Além da atuação sob a vida dos indivíduos, os *best sellers* também são um ótimo exemplo da nova dinâmica trazida pelas narrativas transmidiáticas.

Palavras-chave: Best seller; literatura; indústria cultural; teoria crítica; jogos vorazes.

Introdução

A análise dos *best sellers*, produtos da chamada Indústria Cultural, será a temática do presente artigo. A escolha do tema se deu a partir da necessidade de análise de um objeto que relacionasse a Teoria Crítica com um produto da Indústria Cultural a qual estamos bastante expostos nos dias atuais. Partindo da necessidade inicial, os *best sellers* foram escolhidos por serem os responsáveis pela caracterização da chamada literatura de massa, ou seja, um tipo de literatura que está cada vez mais inserido nos hábitos da população mundial, portanto, exerce grande influência, tanto ideológica quanto psicológica na vida dessas pessoas, fazendo com que essas influências sejam refletidas diretamente nos hábitos de consumo dos indivíduos e em suas relações sociais.

As fundamentações teóricas escolhidas para guiar a metodologia do artigo serão baseadas na Teoria Crítica criada pela escola frankfurtiana. Como a análise do produto será

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo do ICA-UFC, email: taisbarrosb@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do ICA - UFC, email: ricardo.jorge@gmail.com

feita a partir do conceito de Indústria Cultural, os pensadores influentes nesse conceito serão indispensáveis para a análise, sendo eles Theodor Adorno, Max Horkheimer e Walter Benjamim. O livro de Muniz Sodré, *Best-Seller: a literatura do mercado*, será o principal responsável por guiar a análise. Ao longo do texto serão usadas citações das obras desses autores e conceitos formulados pelos mesmos, que serão essenciais para a efetiva compreensão do estudo sobre o objeto escolhido.

1. O significado de *best seller*

Best seller é a denominação dada aos livros que possuem sucesso de público. Esses livros podem ser "Um romance culto que vende muito, um romance folhetinesco de êxito, um trabalho científico, filosófico ou religioso que conta com grande público [...]" (SODRÉ, 1985, p.74)

Há décadas, os *best sellers* ocupam as principais prateleiras das livrarias. Essa disposição, onde os livros ficam expostos logo na entrada das livrarias e possuem a denominação clara de *best sellers* ou mais vendidos, acontece a fim de que o leitor logo os veja ao adentrar o recinto, tendo assim, a curiosidade de saber um pouco mais sobre o livro. O interesse pelas obras que levam essa classificação é, muitas vezes, inconsciente, afinal, o fato de o livro ter sido um dos mais vendidos, é considerado por muitos um dos grandes fatores favoráveis à sua qualidade literária.

2. *Best seller* como produto da indústria cultural

A Teoria Crítica foi formada por pensadores da escola de Frankfurt, tais como Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Walter Benjamim e outros. A teoria surgiu a partir do projeto político e filosófico desses pensadores, que tinha como objetivo elaborar uma teoria com um viés de observação crítica da sociedade. A partir da Teoria Crítica, pensadores da escola frankfurtiana, como Adorno e Horkheimer, criaram o termo Indústria Cultural.

Indústria Cultural foi o termo criado pelos pensadores frankfurtianos para designar a transformação de um produto cultural em mercadoria. Esse processo de transformação se dá através da subordinação desses produtos culturais de acordo com a sua possibilidade de consumo no mercado, ou seja, um produto cuja importância é designada pela lei da oferta e

da procura. Os frankfurtianos adotaram esse termo com a intenção de substituir o uso do termo cultura de massa, já que este poderia ser usado de maneira equivocada para designar uma cultura que tivesse surgido espontaneamente das massas.

Sim, a cultura de massa recebe o seu duvidoso nome exatamente por conformar-se às necessidades de distração e diversão de grupos consumidores com um nível de formação relativamente baixo, ao invés de, inversamente, formar o público mais amplo numa cultura intacta em sua substância. (HABERMAS, 1962, *apud* HOLFELDT, MARTINO & FRANÇA, 2011, p. 139)

O *best seller* é um bom exemplo da mercantilização desse produto cultural, pois, o que é visto atualmente é uma apropriação, essa feita pelos escritores, das novas formas que passaram a ser consumidas, com a finalidade de satisfazer a necessidade do leitor de consumir esse produto que é aceito como o padrão.

Partindo para um conceito de sociedade capitalística, é possível perceber que o fenômeno da indústria cultural é imposto de maneira vertical, de cima para baixo, fazendo assim, com que haja a homogeneização do pensamento e a integração dessa massa atingida.

2.1 Do consumo ao efeito

“De fato, os livros normalmente rotulados como *best-seller* nos inventários de revistas e jornais ou nas prateleiras das próprias livrarias, costumam misturar elementos policiais com aventuras, com sentimento ou sexo, com terror, com sagas familiares, etc.” (SODRÉ, 1985, pág. 95)

Para Muniz Sodré, a justificativa para o consumo dessas obras se dá por um conjunto de elementos que ele considera a base para esses tipos de livro, que são: presença do herói, as façanhas, solidariedade e soberania. Esses elementos sofrem mutações de acordo com a modernidade, porém, as ideologias são praticamente imutáveis.

O autor vai justificar o consumo dessas obras a partir da vontade do leitor de entrar em uma realidade diferente da que ele se encontra inserido, uma realidade com a qual ele se identifica. Para demonstrar esse aspecto, Sodré fará referência ao livro "Os Mistérios de Paris", de Eugene Sue. A obra é bastante intrigante, pois foi escrita para um público culto, porém se tornou um sucesso junto ao proletariado. O autor, Sue, herdou a fortuna do pai, foi desejado por mulheres parisienses, perdeu todo o dinheiro e passou a escrever para sobreviver. O proletariado via na história de Sue sua própria condição, de modo claro e

honesto. Isso fez com que Sue fosse se distanciando do público-leitor original para esses novos leitores. "Mas, à medida que avança a narrativa, o próprio proletariado acaba se reconhecendo nas descrições feitas por Sue, identificando-se com os personagens e ampliando o raio de alcance social da novela." (SODRÉ, 1985, p.8)

É a partir dessa constatação que surgirá a justificativa dos frankfurtianos para a reprodução em série desse tipo de obra,

Ao suprimir tal distância, conferindo ao mundo o aspecto familiar que o indivíduo reconhece sem esforço, a indústria cultural estabelece as condições para que o indivíduo reconheça a imagem que ele vê na tela ou a informação que ele ouve pelo rádio como a realidade efetiva. (GATTI, 2007, pág. 76).

Ou seja, a partir disso, o leitor entra na narrativa, se identifica e esquece qualquer forma de crítica à realidade. Edgar Morin, ao analisar a obra de Benjamim, vai reafirmar esse mundo onde o leitor apenas recebe a informação, processa e é incapaz de criticá-la,

À medida em que diminui a significação social de uma arte, assiste-se no público a um divórcio crescente entre o espírito crítico e a fruição da obra. Frui-se, sem criticar, aquilo que é convencional; o que é verdadeiramente novo, é criticado com repugnância. No cinema, o público não separa a crítica da fruição. O elemento decisivo, aqui, é que, mais do que em qualquer outra parte, as reações individuais, cujo conjunto constitui a reação maciça do público, são aí determinadas, desde o início, pela imediata virtualidade de seu caráter coletivo. (MORIN, 1957, p.230 -231)

2.2 A Teoria crítica sobre a disseminação

Um dos fatores que facilita a disseminação dessas obras é a capacidade de reprodutibilidade que elas possuem. O frankfurtiano Walter Benjamim vai dissertar sobre a capacidade de reprodução desses produtos culturais, que os tornam cada vez mais acessíveis a todos os públicos e os fazem cada vez mais distantes da sua essência original. "As técnicas de reprodução destacam do domínio da tradição o objeto reproduzido. Na medida em que multiplicam a reprodução, substituem a existência única da obra por uma existência serial." (BENJAMIM, 1935, p. 168 *apud* HOLFELDT, MARTINO & FRANÇA, 2011, p. 136)

Benjamim, em "A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica", traz como

uma das principais análises, a superação da aura da obra de arte. Segundo o autor, a aura é “uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja” (BENJAMIN, 1994, p. 170)

Para Benjamin, essa aura não pode ser reproduzida tendo em vista que o valor de culto devido à reprodução em massa dessa obra já foi alterado. Com a sequência de reproduções, a obra de arte se afasta cada vez mais do chamado caráter ritualístico e ganha um caráter material.

3. A literatura de massa lida nos dias atuais

Partindo dos conceitos mostrados no tópico acima, serão citados alguns exemplos de *best sellers* conhecidos mundialmente nos dias atuais. Exemplos de alguns desses livros que têm sido febre mundial desde seus respectivos lançamentos são: a saga Harry Potter, lançada no ano de 1997 pela escritora inglesa J.K. Rowling, cuja repercussão ainda é grande nos dias atuais; há também os livros da saga Crepúsculo, lançada em 2005 pela autora norte-americana Stephenie Meyer; a saga Jovens Vorazes, lançada em 2008 pela autora norte-americana Suzanne Collins; a trilogia 50 tons de cinza, lançada em 2011 e escrita pela autora britânica conhecida pelo pseudônimo E.L. James, a saga Divergente, também lançada em 2011 e escrita pela norte-americana Veronica Roth.

Todas essas obras possuem características citadas por Muniz Sodré, por mais que essas tenham sido adaptadas à modernidade. Essa modernidade faz referência aos tipos de obra às quais estamos expostos atualmente, já que em tempos passados, o que possuía repercussão como *best seller* eram as epopeias, e essas sim eram detentoras das características literais citadas pelo autor.

3.1 Novos tempos pedem novos ídolos

Há alguns anos os ídolos costumavam ser, em grande parte, atores e atrizes, integrantes de bandas, apresentadores e outros. Atualmente, os alvos de idolatria parecem ter migrado e pertencem à esfera dos chamados influenciadores digitais. Os novos fãs são conhecidos como seguidores. Esses seguidores podem ser contabilizados através dos números nas redes sociais. *Youtubers, instagramers, viners e snapchatters* famosos

acumulam milhões de seguidores nas redes em que fazem sucesso e nas demais redes sociais que costumam utilizar.

Há alguns anos, esses novos ídolos saíram do mundo virtual e passaram a ocupar também as prateleiras das livrarias. Em lista divulgada na plataforma online do Jornal Estadão sobre os 10 livros brasileiros mais vendidos em 2015, estão os *youtubers* Isabela Freitas, Christian Figueiredo e Kéfera Buckmann.

Atualmente, os jovens que fazem sucesso com vídeos na internet têm sido a grande aposta de faturamento das editoras brasileiras.

O grande sucesso desses *best sellers*, tanto os sucessos mundiais quanto os atuais livros de *youtubers*, também pode ser explicado pela formação de *fandoms*, que é equivalente aos fãs-clubes. O indivíduo se sente parte de uma coletividade, onde vai ser movido, principalmente, pelo emocional, pela carga contagiante da coletividade reunida em prol de um mesmo objetivo. No caso dos fãs dos influenciadores digitais, como citado anteriormente, eles são mais conhecidos como seguidores.

Já em relação à pseudo-indivuação, há uma passagem da obra de Adorno (1986) que se encaixa oportunamente com os conceitos trazidos por Muniz Sodré,

Por pseudo-indivuação entendemos o envolvimento da produção cultural de massa com a auréola da livre-escolha ou do mercado aberto, na base da própria estandardização. A estandardização de *hits* musicais mantém os usuários enquadrados, por assim dizer, escutando por eles. A pseudo-indivuação, por sua vez, os mantém enquadrados, fazendo-os esquecer que o que eles escutam já é sempre escutado por eles, 'pré-digerido' (p. 123).

O que vem sendo reproduzido não é nada inédito, e sim uma fórmula pré-estabelecida. Para Muniz Sodré, os elementos se repetem: a presença do herói, as façanhas, a solidariedade e a soberania. As mudanças trazidas pela modernidade dão uma cara nova a esses elementos, no entanto, as ideologias incrustadas nas fórmulas e na reprodutibilidade dos *best sellers* são praticamente imutáveis.

4. A análise do best seller Jogos Vorazes

Nos atendo à análise da saga Jogos Vorazes, teremos o exemplo do universo das distopias. A história de Jogos Vorazes se desenvolve em um mundo distópico. A distopia é caracterizada por trazer um conceito ficcional criado por autores, com objetivo de criar uma

realidade contrária ao que seria uma realidade utópica, ou seja, nas distopias, a representação de um governo é, muitas vezes, a de um regime totalitário, ditatorial, onde a população é totalmente diminuída em relação ao poder do governo. Na saga de Jogos Vorazes, o país onde a trama se desenrola é dominado pela metrópole mais desenvolvida, chamada Capitol. A metrópole realiza anualmente os chamados Jogos Vorazes, um evento que serve para lembrar a população da revolta ocorrida há anos atrás. Ou seja, os jogos são usados como um lembrete da força da capital. Para esses jogos, são escolhidos, todos os anos, um homem e uma mulher de cada capital, entre 12 e 18 anos, para disputar os jogos, que serão filmados e televisionados para servirem de "entretenimento" para a população. Nesse evento, apenas um pode sobreviver, conseqüentemente, será o vitorioso. Dentro desse contexto dos jogos, o romance entre um jovem casal do mesmo distrito será responsável pelo desenrolar da trama.

O que nós podemos ver com a sinopse dessa trama, é que os elementos citados por Muniz Sodré continuam sendo reproduzidos e reafirmados nessa obra (presença do herói, as façanhas, solidariedade e soberania), mesmo que tenha sido adaptado à modernidade. Para o autor, as obras chamadas de *best seller* possuem uma fórmula que vai prender o leitor, essa variando a cada gênero. Sodré vai citar a relação dessas fórmulas com a Indústria Cultural,

A indústria cultural – teatro, rádio, cinema, disco, televisão, literatura best seller, histórias em quadrinhos, fotonovelas, fascículos – tem retomado neste século toda a temática heróica do passado, orientando a imaginação no sentido do consumo. A figura do herói tradicional – valente e sedutor – domina o texto literário de grande consumo. Não há romance policial, de ficção científica ou de aventuras que deixe de apresentar ao público um personagem heróico todo-poderoso, embora adaptado à linguagem da época, para gozar de credibilidade. A isto os teóricos da literatura dão o nome de verossimilhança – o conjunto de regras de credibilidade a que o texto tem de obedecer para ser aceito. (SODRÉ, 1985, p.24)

A partir dessas constatações feitas pelos participantes da Indústria Cultural, no caso os escritores, é que vão começar a surgir obras de caráter muito parecido. Ao perceber que a fórmula funcionou, outros escritores se apropriam desses artifícios com a intenção de que suas obras façam tanto sucesso quanto as outras obras de sucesso que já foram lançadas.

Como exemplo dessa continuação de obras de sucesso, temos a saga Divergente, lançada em 2011 pela autora norte-americana Veronica Roth. A trama se passa em uma Chicago do futuro que é dividida em facções. As facções são denominadas de acordo com a personalidade dos indivíduos, que são direcionados para as devidas facções de acordo com

um teste que eles precisam fazer ao completar 16 anos. Beatrice, a então protagonista da história, sente-se insatisfeita com a Abnegação, facção em que nasceu. A partir desse fato, a história de Divergente se desenrolará. A saga é comparada a Jogos Vorazes, uma obra de grande sucesso mundial. As duas obras têm a realidade distópica como base para a evolução dos enredos. Portanto, o fato de essas obras possuírem o mesmo plano-base para o desenvolvimento das histórias, serviu como alvo de questionamento para muitos críticos e de confirmação desse ritmo proposto pela Indústria Cultural.

Muniz Sodré vai tratar também da questão do nascimento desses *best sellers*. O fato é que essas obras podem ser escritas por autores que antes eram conhecidos por suas obras consideradas cultas, no entanto, possuíam a intenção de se tornarem conhecidos pela massa e, por isso, começaram a participar da produção desse tipo de literatura. O contrário também acontece, escritores que ficaram conhecidos pelo grande público e, após conseguirem a aceitação que consideravam necessária, começaram a produzir obras de caráter culto.

5. A extensão dos best sellers para o cinema

Ao analisar a relação entre *best sellers* e filmes, é possível ver que a relação causa-consequência segue uma via de mão dupla. Todos os best sellers citados anteriormente fizeram sucesso enquanto literatura e vieram a possuir uma versão cinematográfica. Harry Potter, Crepúsculo Jogos Vorazes, 50 tons de cinza e Divergente ganharam suas versões cinematográficas. Após o referido feito, as sagas fizeram ainda mais sucesso, fazendo assim com que mais exemplares dos livros fossem vendidos, novos adeptos fossem acrescentados aos *fandoms*, reafirmando o amor de quem já fazia parte dos grupos de fãs.

O que pode ser visto nesta situação, é que os produtos da Indústria Cultural podem acabar passando por um processo de complementação, no qual um vai se valer do outro para manter a dominação ideológica sob aquela massa.

Dizemos 'leitor', mas também poderíamos usar o termo espectador. Com efeito, a narrativa de massa não se restringe ao texto escrito, podendo estender-se a outros meios de expressão ou canais (para usar um termo da teoria da comunicação), como o rádio, o cinema, a televisão, a história em quadrinhos, a fotonovela, etc. Grande parte da narrativa folhetinesca de nossa época transferiu-se para esses meios (mass media), tornados possíveis pela revolução tecnológica das comunicações. (SODRÉ, 1985, p.74)

Ainda abordando a ideia da complementaridade entre produtos da Indústria Cultural, temos a extensão desses tipos de livros para outros meios de leitura, que faz com que essas obras de literatura de massa se atualizem ao passarem para outras plataformas, tais como *tablets*, *e-books*, celulares com aplicativos de leitura e outros. Ou seja, o que ocorre é um ciclo de adaptação dessas obras às novas plataformas e tecnologias que estão sendo disseminadas, fazendo com que o acesso a esses livros seja cada vez mais amplo e democrático.

Além do possível acesso aos livros nessas novas plataformas, os *best sellers* ainda podem contar com o advento da chamada narrativa transmídia. Esse fenômeno vem se consolidando a cada dia e prevê uma nova maneira de consumo e de produção e reprodução da informação. O ato de consumir e produzir informação vem se tornando cada vez mais complexo devido às novas possibilidades de levar o conteúdo de uma mídia para a outra, ou seja, os novos cruzamentos que podem ser feitos entre os objetos da indústria cultural e os meios de comunicação.

Alimentar essa convergência tecnológica significa uma mudança nos padrões de propriedade dos meios de comunicação. Enquanto o foco da velha Hollywood era o cinema, os novos conglomerados têm interesse em controlar toda uma indústria de entretenimento. A Warner Bros. produz filmes, televisão, música popular, brinquedos, parques de diversão, livros, jornais, revistas e quadrinhos. (JENKINS, 2008, p.42)

No caso dos *best sellers* não foi diferente. Os livros não são suficientes para atrair e manter leitores tão ávidos por todo tipo de estímulo que os deixa mais próximos dos seus objetos de afeto. Portanto, fez-se necessária uma adaptação a essas mudanças nos padrões de consumo. Atualmente, além dos livros e das adaptações para o cinema, as histórias dos livros que são febre mundial, precisam, muitas vezes, estar presentes em sites interativos, onde o leitor pode responder a questionários, fazer testes, relacionar-se com outros leitores/fãs, ter acesso a jogos. Essas histórias também são reproduzidas em aplicativos de jogos onde o fã pode estar cada dia mais próximo do seu objeto de amor.

6. Considerações finais

Atualmente, esses fenômenos da literatura de massa atraem um número incontável

de fãs. O amor por esses ídolos gerados nas histórias e as histórias em si, faz com que eles se agrupem com a finalidade de cultuar o objeto adorado em comum. Esse fato faz com que as relações sociais geradas por esse tipo de fenômeno sejam passíveis de análise, já que um fã-clube, como pode vir a ser chamado esse agrupamento de fãs, pode mexer com várias esferas da vida social de um indivíduo. Uma dessas esferas é a econômica, que vai fazer com que o indivíduo consuma produtos que estão diretamente relacionados ao seu objeto de contemplação, o que é bastante interessante para a sociedade capitalista.

Para essa sociedade, vai ser sempre interessante manter a literatura de massa em pleno vigor. As "histórias engessadas", como também pode ser chamada essa cultura do *best seller*, vão ser sempre alvo de grande interesse para os produtores da sociedade capitalista, tanto por conta do sucesso de vendas dessas obras, como pelas vendas de produtos relacionados às obras, bilheterias de cinema e muitos outros produtos que podem ser vendidos com a repercussão desses referidos enredos.

Os *best sellers* são apenas uma demonstração bem significativa do que pode ser a alienação dos processos sociais causados pelos produtos da Indústria Cultural. Portanto, o estudo dessas obras que atingem a grande massa é importante para entender diversas categorias de análise do ser social e da atuação dessa Indústria, fazendo ligações com os vários conceitos das teorias sociológicas.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Sobre música popular**. São Paulo: Ática, 1986.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. Obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política. 6 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

FREUD, Sigmund. **Psicologia de grupo e análise do ego**. Londres, Hogarth Press e Instituto de Psicanálise, 1940.

GATTI, Luciano Ferreira. **Theodor W. Adorno: Indústria Cultural e Crítica da Cultura**. In: NOBRE, Marcos (Org.). Curso Livre de Teoria Crítica. São Paulo: Papyrus, 2007.

HOLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera. **Teorias da**

comunicação: conceitos, escolas e tendências. 11.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo, Aleph: 2008.

MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX (O espírito do tempo).** 3.ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1975.

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

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** 8.ed. Lisboa 2003.