



XVII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (XVII ENANCIB)

GT 3 – Mediação, Circulação e Apropriação da Informação

O LIVRO DE BOLSO NO BRASIL E NA FRANÇA: UMA ANÁLISE A PARTIR DE CATÁLOGOS EDITORIAIS

PAPERBACKS IN BRAZIL AND IN FRANCE: AN ANALYSIS THROUGH PUBLISHING CATALOGS

Willian Righini de Souza¹, Giulia Crippa²

Modalidade da apresentação: Comunicação Oral

Resumo: A partir dos catálogos editoriais de quatro coleções de livros de bolso, duas brasileiras (L&PM Pocket, da L&PM, e Companhia de Bolso, da Companhia das Letras) e duas francesas (Le Livre de Poche, da La Librairie Générale Française, e Folio, da Gallimard), pretende-se apontar as semelhanças e diferenças entre o mercado de livro de bolso nacional e internacional na atualidade. A análise destaca as características materiais e paratextuais das coleções, os preços de venda, o uso da serialização, os gêneros privilegiados e as formas de exposição nas livrarias. Conclui-se que as coleções de bolso brasileiras ainda não apresentam a mesma diversidade e grandeza dos exemplares franceses, mas já adotam estratégias comerciais de sucesso no exterior e passam por um período de crescimento no país.

Palavras-chave: Livro de bolso. Catálogo editorial. Mercado editorial. Bibliografia. História do livro.

Abstract: *From the publishing catalogs of four collections of paperbacks, two Brazilian (L&PM Pocket, from L&PM, and Companhia de Bolso, from Companhia das Letras) and two French (Le Livre de Poche, from La Librairie Générale Française, and Folio, from Gallimard), we intend to point out the similarities and differences between national and international paperback nowadays. The analysis highlights the material and paratextual characteristics of those collections, their sales prices, use of serialization, privileged genres and forms of exposure in bookstores. We conclude that the Brazilian paperback collections do not present the same diversity and grandeur of the French copies, but have adopted business strategies of success abroad and undergo a period of growth in the country.*

Keywords: *Paperback. Publishing catalog. Publishing. Bibliography. Book history.*

¹ Doutor em Ciência da Informação pela ECA/USP. Mestre em Ciência da Informação pela ECA/USP. Graduado em Ciências da Informação e da Documentação pela FFCLRP/USP.

² Docente em Ciência da Informação pela FFCLRP/USP. Doutora em História Social pela FFLCH/USP. Bacharel em Lettere Moderne pela Università degli Studi di Bologna (Itália)

1 INTRODUÇÃO

Em nosso cotidiano, é cada vez mais recorrente encontrar nas livrarias que frequentamos uma seção de livros de bolso, descobrir que a editora que mais apreciamos lançou um selo de obras com preços acessíveis, ler na universidade um título em pequeno formato ou ganhar um de presente. Mesmo que o livro de bolso não faça parte de nossas aquisições, um leitor assíduo dificilmente ignoraria a sua existência nos dias atuais. Com uma maior visibilidade das coleções, as dúvidas do público também tendem a se multiplicar: o conteúdo é o mesmo da edição em tamanho convencional? São livros em domínio público? São resistentes? Para quem eles foram produzidos? Eles também são vendidos em banca de jornal?

O tipo e a quantidade de questionamentos variam de acordo com o perfil do leitor/comprador: um estudante do ensino médio, em preparação para o vestibular, pode não se sentir seguro para comprar um clássico da literatura em versão de bolso. Já um bibliotecário pode evitar adquiri-lo para o acervo de sua biblioteca ou considerá-lo frágil para o manuseio reiterado³. Se o livro de bolso não é uma novidade no Brasil, a sua disseminação e diversificação permitem que fiquem mais evidentes tanto a desconfiança como o entusiasmo em relação a este formato, gerando outras dúvidas e exigindo novos esclarecimentos.

Se a expressão *Texto Integral* está presente na maioria das capas externas das coleções brasileiras, não é raro observar, sobretudo entre leitores menos familiarizados com esse modelo de coleção, o receio de adquirir uma edição incompleta. Mesmo que o exemplar indique o contrário, o tamanho reduzido, as letras miúdas e as margens estreitas muitas vezes não são capazes de oferecer a segurança necessária para que o leitor acredite nas declarações da editora. Desta maneira, a aparência física do livro aliada a fatores sociais podem afastá-lo deste mercado já consolidado em países europeus e da América do Norte.

A maioria das coleções de bolso adota como discurso publicitário uma suposta democratização do acesso ao livro. O livro de bolso seria uma oportunidade para conquistar novos leitores, contribuindo para a educação e incentivando a leitura como atividade de lazer. Mais do que uma estratégia comercial, ele seria um instrumento para o desenvolvimento do país. Pesquisas, como a de Johannot (1978), mostram as limitações dessas afirmações, mas a

³ Observações empíricas realizadas a partir de conversas informais com diferentes tipos de leitores/consumidores de livros de bolso. Por exemplo, em participação no XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste (INTERCOM), no mês de julho de 2015, uma bibliotecária da Universidade Federal de Uberlândia nos relatou que uma professora da escola do seu filho recusou um exemplar da coleção Companhia de Bolso, da editora Companhia das Letras, por considerá-lo uma versão adaptada, ainda que a coleção publique apenas textos integrais. Ouvintes do evento, formado por alunos de graduação, pós-graduação e professores, também perguntaram sobre a integralidade dos livros de bolso.

ideia, presente no senso comum, de que o livro de bolso está vinculado às classes mais baixas, que o adquire por questões financeiras, e a estudantes, especialmente em países onde o número de coleções é reduzido e abrange quase somente clássicos literários, não deixou de existir, embora tenha se atenuado.

Assim sendo, as suas representações sociais são influenciadas pelos discursos publicitários, gêneros contemplados pelas editoras, escolaridade da população, preços de venda, mas também pela própria materialidade da obra. Este último aspecto foi pouco abordado nos estudos sobre essas coleções. No Brasil, há poucos trabalhos disponíveis sobre o livro de bolso nacional (COUTINHO, 1970; SCOREL, 1974; OLIVEIRA, 2002; LABANCA, 2009). As poucas fontes se concentram na história de algumas coleções que surgiram no século passado, mas sem se esmiuçar sobre a importância da materialidade para a identidade da proposta e conquista de leitores. Este interesse precário se explica, em parte, pela falta de coleções de bolso que revolucionaram o mercado editorial como ocorreu em países como a França.

Vergueiro (1997, p.25-26), ao apontar os principais critérios para a seleção de materiais de informação, cita as características físicas do documento, que englobam o tamanho, legibilidade, caracteres tipográficos, encadernação, etc.; os aspectos adicionais, que correspondem aos paratextos (bibliografias, apêndices, notas, índices, etc.); o custo, que inclui a possibilidade de adquirir edições mais baratas, como as de bolso, entre outros elementos que podem ser identificados ao analisar um catálogo editorial. Segundo o autor (1997, p.72-73), o catálogo produzido pelas editoras é um importante instrumento auxiliar de seleção. Contudo, não encontramos na Ciência Informação uma quantidade expressiva de pesquisas que buscaram se aprofundar na discussão sobre as contribuições dessa fonte de informação.

Neste trabalho, propomos, através, sobretudo, de catálogos editoriais, apresentar atributos que diferenciam as coleções de bolso brasileiras de um mercado mais consolidado, no caso, o francês, e, em seguida, apontar alguns caminhos percorridos por coleções internacionais para alcançar o sucesso atual. Para tanto, selecionamos os catálogos de duas coleções nacionais (L&PM Pocket, da L&PM, e Companhia de Bolso, da Companhia das Letras) e duas coleções internacionais (Le Livre de Poche, da La Librairie Générale Française, e Folio, da Gallimard) e realizamos uma análise comparativa. Selecionamos a L&PM Pocket, criada em 1997, e a Le Livre de Poche, de 1953, por serem as maiores coleções de bolso atualmente oferecidas em seus respectivos países. Já as coleções Folio, lançada em 1972, e Companhia de Bolso, de 2005, foram selecionadas por se destacarem na edição de livros de

bolso mais eruditos, com um preço mais elevado, muitos deles não ficcionais e adotados em universidades.

Coletamos informações como número de títulos lançados por ano, gêneros, preços, número de páginas e características paratextuais de cada coleção até o ano de 2012. Para tanto, recorreremos a cinco fontes: 1) catálogos online das coleções⁴; 2) catálogo impresso do ano de 2012, neste caso, apenas da L&PM Pocket, pois as demais não possuíam um; 3) contato telefônico e por mensagem eletrônica com as editoras para dúvidas 4) acervo das bibliotecas Monteiro Lobato e Sergio Milliet, em São Paulo, e da Bibliothèque Nationale de France, em Paris e 5) exemplares disponíveis em livrarias e adquiridos.

Reconhecemos que nem todas as características das coleções francesas são facilmente aplicáveis ao contexto brasileiro. Algumas delas sequer podem ser de interesse de nossas editoras considerando a conjuntura socioeconômica nacional. Ao mesmo tempo, em um mundo cada vez mais globalizado, é comum editoras reproduzirem iniciativas de sucesso na expectativa de obter o mesmo retorno. Algumas capas e séries de coleções brasileiras, por exemplo, são cópias ou inspiradas em modelos internacionais.

2 SERIALIZAÇÃO

Um dos principais indicativos de que as coleções francesas são mais consolidadas do que as brasileiras é a existência de séries. A maioria das nossas coleções, por serem pequenas ou recentes, não é dividida por temas, gêneros ou autores. É o caso da Companhia de Bolso, Bestbolso, Ponto de Leitura, Portátil, etc. De fato, essas coleções já são apresentadas como uma série de um catálogo mais amplo, sem espaço para diversas categorizações e com ritmo modesto de lançamentos por mês. A Companhia de Bolso, por exemplo, publicou apenas 15 livros em 2012 e 12 em 2013, ou seja, menos de 5% do número de títulos publicados pela Le Livre de Poche (384) ou Folio (312) em 2012. Mais do que a quantidade, esses números assinalam uma margem pequena para uma possível segmentação, diferente das coleções francesas que editam livros de bolso para grupos específicos, abrangendo gêneros e temas que muitas vezes são evitados até mesmo pelas coleções em formato convencional.

As séries da Le Livre de Poche e da Folio, algumas delas existentes há décadas e com centenas de títulos, contam com um projeto editorial exclusivo, a maioria tem editores e diretores próprios, geralmente especialistas no tema abrangido, e detêm particularidades

⁴Catálogo L&PM Pocket (<http://www.lpm.com.br>); catálogo Companhia de Bolso (<http://www.companhiadasletras.com.br>); catálogo Le Livre de Poche (<http://www.livredepoche.com>) e catálogo Folio (<http://www.folio-lesite.fr>).

facilmente reconhecíveis pelos leitores, como um logo. Já as séries brasileiras são mais fluídas. Enquanto algumas são bem delimitadas, outras apenas aglutinam títulos que possuem uma característica em comum, como ser do mesmo autor.

3 PAPEL JORNAL E ILUSTRAÇÕES

Pelo papel jornal ser muito mais utilizado na produção de livros na Europa do que no Brasil, parece evidente que os nossos exemplares apresentam um melhor acabamento e qualidade. Entretanto, a distância é bem menor se compararmos um conjunto mais abrangente de características. Como a produção brasileira de papel jornal é insuficiente para atender a demanda, obrigando as empresas interessadas a importar e lidar com as variações de preço de uma *commodity* internacional, as nossas editoras, em sua maioria, preferem o papel da indústria nacional, que ainda facilita a compra em menor quantidade. Sendo assim, nossos livros são geralmente impressos em papel offset ou amarelado, sobretudo o Pólen, da Suzano Papel e Celulose.

Contudo, indo além do papel para o texto corrido, é mais frequente nas coleções de bolso francesas a presença de ilustrações, espalhadas ao longo do livro ou em um caderno em ótima resolução. Livros da série *La Pochothèque*, da Le Livre de Poche, por exemplo, que abordam expressões e movimentos artísticos, possuem ilustrações coloridas impressas em papel couchê. Pela Folio, podemos citar as séries *Folio Plus*⁵ e *Biographies*, com seus cadernos. Nesse sentido, mesmo que o texto esteja em papel jornal, ilustrações são oferecidas em papel de qualidade superior, sem variação significativa de preços.

A presença de ilustrações é uma característica frequente dos livros de bolso franceses, ao contrário de nas coleções brasileiras. O caso mais emblemático é o da Photo Poche, criada em 1982 pelo *Centre National de la Photographie*. Muito mais do que um exemplo de uso da fotografia pelas editoras, ela é uma prova do reconhecimento social que o livro de bolso conquistou. O projeto foi subvencionado pelo Ministério da Cultura com o objetivo de facilitar o acesso à arte. Em 1984, a coleção ganhou o prêmio *Nadar* de livro de fotografia, pela primeira vez não atribuído a um livro específico, o prêmio *Rencontres Internationales de la Photographie* e o prêmio do júri do *International Center of Photography*, considerado o mais prestigiado. Foi a coleção de livros de fotografia mais comercializada da década de 1990 e, em 2007, o título sobre Henri Cartier-Bresson vendeu mais de 400 mil cópias somente na

⁵ Ao contrário da *Folio Biographies*, nem todo título da *Folio Plus* possui caderno de ilustrações.

França, um recorde (MOREL, 2010). Desde 2004 editada pela Actes Sud, todos os exemplares possuem 144 páginas e custam, em média, 13 euros.

Observa-se que a recorrência da ilustração nos livros de bolso na França não resulta em um aumento exorbitante dos preços. No Brasil, com um mercado consumidor e editoras menores, as opções para esse tipo de investimento são reduzidas.

4 PARATEXTO

Os livros de bolso franceses também possuem mais páginas. A L&PM Pocket apresenta uma curva decrescente após o intervalo de livros com até 150 páginas. São poucos os livros com mais de 400 páginas lançados pela coleção, somando menos de 3,5% do total. A Companhia de Bolso, com destaque para as Ciências Humanas, possui obras de maior fôlego, mas nenhuma que ultrapasse 750 páginas. Enquanto isso, somente em 2012, a Le Livre de Poche publicou livros de até 1550 páginas e a Folio de até 1400. Nessas centenas de páginas a mais, é constante a inclusão de paratextos (prólogos, introdução, notas, anexos, posfácios, cadernos, etc.), o que não é uma característica das coleções brasileiras. Não que as nossas não possuam elementos paratextuais, mas não encontramos coleções em que esta característica é o seu diferencial.

Identificamos ao menos duas razões para essa situação. As coleções francesas possuem séries voltadas especificamente para o público estudantil. Sua proposta é atender as necessidades de alunos do ensino fundamental, médio e universitário. Assim, ela busca prepará-los para trabalhos escolares ou universitários sobre o enredo, personagens, contexto histórico e outras particularidades que relacionam o livro a um determinado lugar ou época. No Brasil, a Companhia de Bolso até já produziu capas informando que determinado título é solicitado em vestibulares, mas sem desenvolver uma série ou projeto dirigido. A outra razão é que esta é uma maneira de valorizar o relançamento do título, indicando que ele possui mais conteúdo que a edição em formato convencional (quando os textos complementares são inéditos ou nunca antes publicados com o texto principal).

É importante ressaltar que nem sempre o conteúdo complementar oferecido, mesmo em livros adotados em escolas, tem uma proposta estritamente paradidática. Ao convidar professores das principais universidades francesas para escrever introduções, posfácios ou mesmo ensaios sobre a obra, um público muito mais amplo pode se beneficiar de suas análises. A abordagem depende do público-alvo de cada série, podendo ser bastante complexa em títulos adotados no ensino superior ou destinados a nichos mais intelectualizados.

5 INÉDITOS

Também é pequeno o número de títulos inéditos nas coleções brasileiras. Com exceção da L&PM Pocket, as demais tendem a apenas reeditar uma obra que já está no catálogo ou em domínio público. Desta forma, elas encontrarão maiores dificuldades para se aproximar de leitores que não consideram o preço do livro um critério determinante para a sua compra. Se o leitor pode adquirir todos os exemplares que o interessam em formato convencional, com anos de antecedência, as coleções de bolso não serão tão atrativas. Reduzidas a uma cópia fiel do conteúdo da primeira edição, com o único diferencial de estar em formato menor, com papel de pior qualidade, entrelinhas e corpos dos tipos em tamanhos reduzidos, a aquisição de um livro de bolso acaba por se limitar a uma imposição econômica, a única alternativa de grupos menos favorecidos. Por outro lado, se há o acréscimo de textos inéditos, caderno de ilustrações, notas ou se o texto principal nunca foi publicado, o preço se torna apenas mais um atributo e inclusive pesquisadores podem preferir o livro de bolso em detrimento de outras versões.

Este é o caminho adotado por coleções francesas para valorizar clássicos da literatura em um momento em que eles são disponibilizados em e-book na Internet. Qual a motivação do leitor em pagar pela versão impressa de um livro em domínio público se ele pode ter acesso à íntegra do seu conteúdo de maneira legal, sem precisar sair de casa e gastar seu dinheiro? Segundo editores de livros de bolso, a resposta está na credibilidade da edição e no conteúdo paratextual. Para Jean-Yves Tadier, diretor da série *Folio Classiques*, da Folio, em 2010, “auprès des lecteurs, nous avons un argument fort: pour un prix très modeste, nous leur offrons un assez joli objet qui comporte un texte sérieusement établi, préfacé et commenté⁶” (TADIER apud ANDREUCCI, 2010, p.88).

6 LIVROS À 10 FRANCS E SEMI-POCHES

Para se sobressair em um mercado cada vez maior e competitivo, as coleções francesas recorreram a iniciativas que provocaram novos questionamentos sobre a própria

⁶ “Junto aos leitores, nós temos um argumento forte: por um preço bem modesto, nós lhes oferecemos um objeto belo que comporta um texto seriamente estabelecido, prefaciado e comentado”.

ideia de livro de bolso. Duas delas foram os livros *à 10 francs*⁷ e os *semi-poches*⁸. Se um dos principais argumentos a favor do livro de bolso é o seu baixo preço, as coleções *à 10 francs* mostraram que é possível oferecer livros por um valor ainda mais baixo, relativizando este diferencial.

De certo modo, o livro *à 10 francs* está na contramão do empenho das editoras em aumentar a legitimidade do de bolso. Enquanto houve um investimento em gêneros mais eruditos, capas discretas e paratextos elaborados por especialistas e professores, um livro *à 10 francs* é, na maioria das vezes, um trecho de uma obra maior, como um ou dois contos de uma coletânea, um capítulo de um romance ou um fragmento de um ensaio, sem extensos elementos pré e pós-textuais que encareceriam a obra. A série de *10 francs* da Le Livre de Poche, a *Libretti*, até inovou ao oferecer textos complementares como auxílio para o leitor, sobretudo estudante, público-alvo da série, mas sem grande extensão já que as obras contêm poucas páginas.

No Brasil, a L&PM Pocket adotou a ideia e lançou, em 2012, sua série inspirada na experiência europeia, a *64 páginas*. Como sugerido, todos os livros possuíam 64 páginas; custavam R\$ 5 e abrangiam contos, novelas, poesia, filosofia e até mesmo HQs. O preço era destacado na capa, como característico deste tipo de série. Por ter sido criada há poucos anos (2012), ela não possuía mais de 20 títulos na metade de 2014, mas acreditamos que seja uma oportunidade de expansão para a coleção, alcançando leitores que buscam leituras rápidas ou não querem gastar mais dinheiro com livros de maior extensão. O fato da série *Folio 2€*, que possui este nome por ter fixado em dois euros seu preço de venda, ter se estabelecido como uma das principais séries da Folio, com mais de 30 títulos por ano, aponta que mesmo coleções já consolidadas podem se diversificar e conquistar novos leitores caso estejam atentas a nichos de mercado⁹. Somente o título *Lettre au père*, de Franz Kafka, lançado em 2002, vendeu mais de 200 mil exemplares. A série como um todo, vendeu mais de 7,2 milhões de exemplares entre 2002 e 2011 (GALLIMARD, 2011).

Se o livro *à 10 francs* levantou questionamentos por se apresentar como um tipo de livro de bolso, mas com preço, dimensão, número de páginas e quantidade de paratextos

⁷ A ideia surgiu na Itália, em 1989, quando a editora Stampa Alternativa lançou a coleção Millelire ao preço de 1000 lire (0,52 euros), valor de um café *espresso* na época. Os livros recuperavam pequenos textos em domínio público e eram publicados em edições que não ultrapassavam 64 páginas (a maioria possuía 32 ou 64 páginas), medindo 10,5 x 14,2 cm. Na França, as primeiras coleções custavam 10 francos.

⁸ Semi-bolso, em português. Esses livros se apresentam como uma opção intermediária entre o livro de bolso e a edição convencional. Eles se caracterizam pelas tiragens reduzidas, pelos preços mais elevados que um exemplar de bolso e medindo até 13,2 x 19,8 cm.

⁹ De acordo com Parinet (2004, p.412), a criação da *Folio 2€* foi estimulada pela forte diminuição das vendas da *Folio Classique*, mais cara, no final do século XX.

menores que a média (LEGENDRE, 1999, p.159-162), o *semi-poche* causou impacto similar recorrendo ao oposto, com características que ultrapassam, para cima, as fronteiras geralmente estabelecidas para o conceito de bolso. Na França, essas coleções começaram a surgir na metade da década de 1970. No Brasil, visualizamos proposta parecida com a coleção Penguin Companhia, da Companhia das Letras: o formato dos livros é um pouco maior que o da Companhia de Bolso; o número de páginas e os preços similares, embora com exceções que apontam maior liberdade editorial; há, nas primeiras e últimas páginas, informações sobre o autor, cronologia, lista de lançamentos, entre outros elementos recorrentes em livros de bolso, mas sem utilizar a expressão “de bolso” nem se apresentar como tal.

Entendemos que o *semi-poche* contém diversos atrativos para o perfil do mercado brasileiro. Pelas nossas editoras utilizarem papel de melhor qualidade que o papel jornal e as tiragens serem, em média, menores que as dos principais países europeus e Estados Unidos, encontramos maiores dificuldades para a publicação de alguns títulos em formato de bolso e a preços realmente baixos. Desta maneira, o *semi-poche* possibilita uma diminuição do preço de venda por utilizar materiais de qualidade intermediária, com corpo dos tipos e entrelinhas menores, sem, no entanto, se distanciar da aparência do livro que o público brasileiro está acostumado. Ao não se apresentar como livro de bolso, ele também não é destinado a uma seção específica das livrarias. A proposta do *semi-poche* é oferecer livros mais baratos, mas dentro dos limites de um mercado ainda pequeno em determinados gêneros e que precisa superar alguns entraves para baratear a sua produção, como conseguir adquirir matéria-prima a um menor preço e melhorar sua distribuição¹⁰.

7 PARCERIAS

Desde a década de 1950, uma das peculiaridades das editoras francesas é firmar parcerias com outras editoras, sobretudo pequenas e médias, para publicar em formato de bolso. Uma editora pode não trabalhar diretamente com livros de ficção-científica, por exemplo, mas se associar a uma especializada no gênero para criar uma série dentro de sua coleção. As pequenas se interessam por não possuírem estrutura para produzir e distribuir em larga escala. No Brasil, essas parcerias são raras. A L&PM Pocket possui uma série com a Rocco e outra com a Lexikon, mas são poucos títulos publicados em relação ao total do catálogo. Em coedição com a Rocco, a L&PM Pocket publicou 19 títulos entre 2008 e 2013.

¹⁰ Embora a França possua uma extensa rede de distribuição, permitindo que um livro chegue rapidamente a todos os cantos do país, ela é controlada por um pequeno grupo. Segundo Gaymard (2009, p.42), estima-se que apenas 10 distribuidores respondam por 90% do fluxo físico e financeiro de toda produção editorial.

Já com a Lexikon, publicou cinco obras de referência entre 2007 e 2011. O único caso de maior envergadura nos últimos anos é a parceria da Livraria Saraiva, por meio da Editora Saraiva, com a Nova Fronteira. Juntas, elas criaram, em 2011, a Saraiva de Bolso, que até a metade de 2014 já tinha publicado mais de 140 clássicos da Literatura e da Filosofia provenientes do fundo da Nova Fronteira.

Em um momento em que as editoras discutem como sobreviver em um mercado cada vez mais concentrado, controlado por grandes grupos que monopolizam não apenas o mercado editorial, mas também os demais meios de comunicação, a parceria entre editoras, mesmo que pontual e para a criação de coleções específicas, pode ser decisiva para mantê-las rentáveis e competitivas. Um dos facilitadores para essas uniões é a criação de séries.

8 LIVRO POLICIAL

Um gênero de grande presença em três das quatro coleções que analisamos é o policial. Em levantamento da revista especializada *Livres Hebdo* para os anos de 2011 e 2012, ele era o segundo mais lido pelos leitores de livro de bolso após o romance¹¹ (ANDREUCCI, 2012; 2013). Na Le Livre de Poche, a série *Policier/Thriller* respondia por 21,44% do catálogo e tinha mais de 1100 títulos no primeiro semestre de 2014. Na Folio, a proporção era menor, 8,57%, mas a série também era expressiva, com mais de 690 títulos, sendo, como na Le Livre de Poche, a segunda maior série depois da principal. Na brasileira L&PM Pocket, mais de 15% dos seus títulos pertenciam ao gênero em 2012. A diferença em relação às francesas é que ela não possui uma série para o gênero, mas uma divisão por autores, com *Agatha Christie*, *Simenon*, *Raymond Chandler* e *Sherlock Holmes*. Outros escritores estão espalhados pelo catálogo. Já a Companhia de Bolso pouco publica títulos policiais. Dos 15 títulos de P. D. James disponíveis no catálogo geral, apenas um foi editado em bolso. Dos cinco títulos de Patricia Highsmith, dois fazem parte da coleção. Já todas as obras de Patricia Cornwell (20), Rex Stout (11) e Fred Vargas (6) foram publicadas apenas em tamanho convencional. Até Simenon (5), que começou a ser publicado pela editora em 2014, ganhou um projeto independente e seus livros medem 13 x 20 cm.

¹¹ Neste caso, a revista separou os romances policiais da categoria geral de romances.

9 DIVULGAÇÃO E EXPOSIÇÃO

Na França, lançamentos em versão de bolso são divulgados em painéis espalhados por estações de metrô e trem, em páginas de revistas e jornais, nas laterais de ônibus e nos seus pontos de parada. Em uma amostra desta prática, a Le Livre de Poche lançou no verão de 2014, em conjunto com livrarias, o projeto *La Camion qui Livre*, para percorrer, em um caminhão, o litoral francês oferecendo uma seleção de títulos aos banhistas.

Fig.1: Le Camion qui Livre (1)



Fonte: <https://www.facebook.com/livredepoche>

Fig.2: Le Camion qui Livre (2)



Fonte: <https://www.facebook.com/livredepoche>

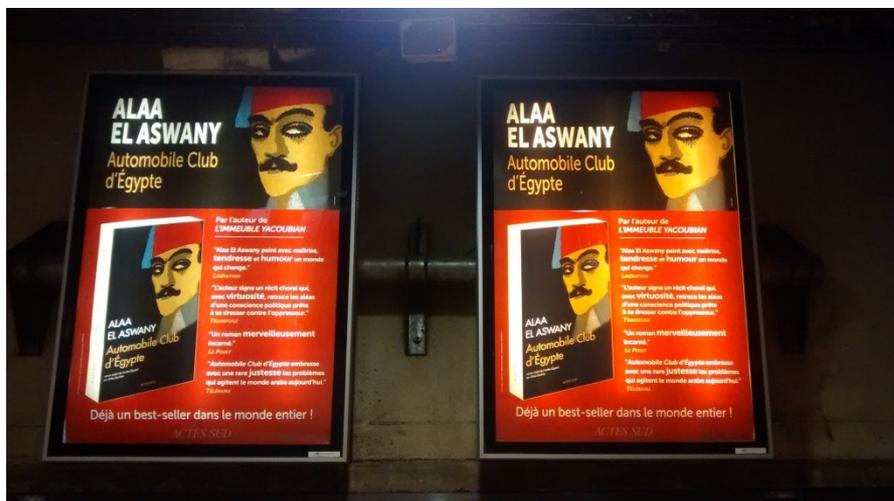
Ações publicitárias são desenvolvidas pelas editoras para coleções de bolso desde a metade do século XX. Como efeito do seu sucesso, coleções em tamanho convencional também passaram a recorrer a capas mais chamativas e maior divulgação, copiando as mesmas estratégias comunicacionais. Em 2014, encontramos painéis que anunciavam livros em todos os formatos em estações de metrô e trem de Paris e região.

Fig.3: Publicidade de um lançamento de livro de bolso na estação Paris-Montparnasse, Paris



Fonte: Arquivo Pessoal

Fig.4: Publicidade de um lançamento de livro em formato convencional na estação Paris-Montparnasse, Paris



Fonte: Arquivo Pessoal

Um dos métodos utilizados para divulgar o catálogo ou um título específico é a promoção. É frequente o oferecimento ao leitor de um livro, a ser escolhido a partir de uma lista, após a compra de dois títulos. De tempos em tempos, o livro gratuito é substituído por brindes, como chaveiros, sacolas de pano e bonés. No Brasil, a Companhia das Letras e

L&PM até promovem sorteios e concursos em seus meios de comunicação na Internet¹², mas de maneira esporádica, sobretudo em datas comemorativas.

Há diferenças marcantes no modo como as coleções de livro de bolso são expostas ao consumidor nos dois países. Na França, o livro de bolso deixou de ser um livro reservado a uma determinada seção da livraria ou hipermercado para se misturar às demais coleções em formato convencional. Se ainda é comum diversas estantes serem exclusivas, até pela sua quantidade, para livros de bolso, eles também estão presentes em todas as demais seções, variando a porcentagem de acordo com a sua inserção em cada campo do conhecimento. Nas seções de Ciências Humanas e, sobretudo, Literatura, a maioria dos livros expostos está neste formato. Nas seções destinadas às Ciências Exatas e Biológicas, o número diminui significativamente, mas sem desaparecer. Observa-se que, nas condições atuais, se o formato não deixou de influenciar como o livro de bolso será exibido, o assunto ou gênero tornou-se o principal critério, assim como ocorre com as obras que não são de bolso. Mesmo quando há apenas livros de bolso em uma estante, é mais recorrente a sua classificação por temas e autores do que por coleções ou editoras.

Na França, algumas livrarias se apresentam como *pochothèques* (livrarias de livro de bolso) ou possuem um espaço específico com esta nomenclatura. É o caso da centenária livraria Gilbert Jeune localizada na Place Saint-Michel, em Paris. Dividida em quatro andares, o último é dedicado ao livro de bolso. Milhares de livros novos e usados, já que a livraria também trabalha como sebo, são organizados por assunto ou gênero, com destaque para literatura francesa e estrangeira, em especial policiais, ficção-científica e romances em geral.

Livros de bolso ainda são expostos nas livrarias francesas entre as obras que, por serem candidatas a ou já efetivamente serem *best-sellers*, ficam em destaque na entrada dos estabelecimentos ou em estandes espalhados em pontos estratégicos. Mesmo que a maioria dos *best-sellers* de um mês ou semana continue sendo lançamentos em tamanho convencional, como mostra o ranking da revista online e imprensa *Livres Hebdo*, livros de bolso não deixam de marcar presença entre os mais vendidos, até porque, por permanecerem em venda por muito mais tempo, podem alcançar melhores posições quando consideramos períodos mais longos.

Alguns exemplos ilustram este quadro. Seja em livrarias ou hipermercados, o livro de bolso está presente tanto em seções específicas para o formato quanto em híbridas. Em ambos

¹² Em uso de redes sociais, as editoras brasileiras e francesas se assemelham. Elas possuem perfis, principalmente no Facebook e Twitter, onde divulgam seus lançamentos, respondem questões de leitores, lançam promoções, etc. Nem sempre o perfil é da coleção de bolso, mas da editora que também publica livros em tamanho convencional.

os casos, a organização tende a ser por assunto e autor e não por editoras e coleções. Apenas entre os estandes espalhados pelos corredores encontramos com mais frequência aqueles reservados a uma única coleção.

Fig.5: Exposição dos lançamentos em literatura policial de bolso na livraria Gilbert Jeune, Place Saint-Michel, Paris



Fonte: Arquivo Pessoal

Fig.6: Visão geral da livraria Gilbert Jeune, Place Saint-Michel, Paris. Em primeiro plano, mesa com livros de bolso de literatura estrangeira



Fonte: Arquivo Pessoal

Fig.7: Seção dos livros mais vendidos do hipermercado Carrefour Saint-Quentin-en-Yvelines, França



Fonte: Arquivo Pessoal

Fig.8: Seção exclusiva para livros de bolso do hipermercado Carrefour Saint-Quentin-en-Yvelines, França



Fonte: Arquivo Pessoal

Fig.9: Seção de livros policiais e de ficção-científica do hipermercado Carrefour Saint-Quentin-en-Yvelines, França



Fonte: Arquivo Pessoal

Fig.10: Livros de bolso e em tamanho convencional na Livraria Fnac Montparnasse, Paris



Fonte: Arquivo Pessoal

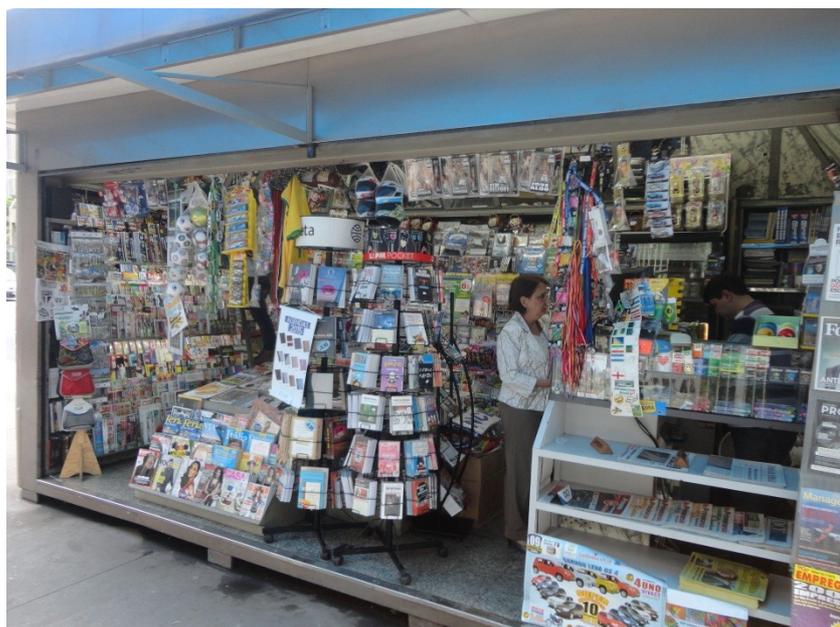
No Brasil, inclusive em grandes livrarias, como na Livraria Cultura do Conjunto Nacional, em São Paulo, os livros de bolso não abandonaram os estandes e outros espaços reservados para a sua exposição. Geralmente, eles são divididos por coleção. Os mesmos estandes podem ser encontrados em hipermercados, bancas de jornal e outros locais alternativos. Nesses canais, destaca-se a coleção L&PM Pocket, que neles melhor conseguiu se inserir.

Fig. 11: Estandes de livros de bolso na Livraria Cultura, Conjunto Nacional, São Paulo



Fonte: Arquivo Pessoal

Fig. 12: Estande da L&PM Pocket em uma banca de jornal de São Paulo



Fonte: Arquivo Pessoal

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em comparação com a situação francesa, verificamos que o Brasil ainda está atrasado na aplicação de algumas estratégias para tornar as coleções de bolso mais atraentes e conquistar um número expressivo de leitores. A maioria das coleções brasileiras ainda é pequena, não organizada em séries, com poucos ou nenhum título inédito, sem grande inserção de elementos pré e pós-textuais que agregam valor à edição e com reduzido investimento em publicidade. Em contrapartida, a diversidade atual é única, com quase todas as grandes editoras possuindo uma coleção, algumas, como a da Companhia das Letras, focada em livros universitários e literatura recomendada por críticos e intelectuais. Se ainda não possuímos a grandeza e a consolidação das coleções francesas, vivemos o período no qual a distância entre as duas realidades é a menor.

Não é de se espantar que as coleções francesas sejam mais sólidas, desenvolvidas e diversificadas que as brasileiras, afinal são mais de 60 anos, ininterruptos, de existência e adaptação ao mercado. Foram essas características que nos levaram a acreditar que elas poderiam contribuir para uma discussão sobre os possíveis caminhos para uma maior consolidação das coleções brasileiras. Deste modo, após compará-las, identificamos, ainda que de maneira inicial, que coleções como a L&PM Pocket e a Companhia de Bolso vêm adotando medidas que, em anos anteriores, contribuíram para o sucesso de suas similares internacionais, como publicar trechos de livros a preços ainda menores (*Série 64 páginas*), em formato e preço intermediários, abarcando desde gêneros de grande apelo, como o policial, a obras universitárias. Algumas séries são claramente inspiradas em iniciativas que foram bem-sucedidas em outros países, como a *Biografia*, da L&PM Pocket. Mesmo algumas capas são cópias ou bastantes similares às produzidas na Inglaterra, França ou Estados Unidos, o que aponta que nossas editoras não apenas estão atentas a outras experiências como acreditam ser possível reproduzir boa parte delas no Brasil. O pouco tempo dessas medidas, no entanto, exigem cautela antes de afirmar que elas já garantiram seu espaço no mercado editorial brasileiro.

REFERÊNCIAS

- ANDREUCCI, Catherine. À toute épreuve. **Livres Hebdo**, Paris, n° 903, p.61-68, mars 2012.
- _____. La belle année: dossier poche. **Livres Hebdo**, Paris, n° 815, p.83-90, avril 2010.
- _____. Questions de fonds: dossier poche. **Livres Hebdo**, Paris, n° 943, p.69-74, mars 2013.
- COUTINHO, Edilberto. O livro de bolso no Brasil. **Revista do livro**, Rio de Janeiro, ano 13, n° 41, p.85-91, 1970.
- ESCOREL, Ana Luísa. Brochura brasileira: objeto sem projeto. Rio de Janeiro: José Olympio, 1974.
- GALLIMARD. **Collection Folio**. 2011. Disponível em : <[http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/Folio/\(sourcenode\)/116119](http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/Folio/(sourcenode)/116119)>. Acesso em : 11 mar. 2014.
- GAYMARD, Hervé. **Pour le livre: rapport sur l'économie du livre et son avenir**. Paris: Gallimard, 2009.
- JOHANNOT, Yvonne. **Quand le livre devient poche: une sémiologie du livre au format de poche**. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 1978.
- L&PM. **Catálogo L&PM Pocket**. L&PM: Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<http://www.lpm.com.br/catalogos/digitalbook/?Pocket2012>>. Acesso em: 25 ago. 2015.
- LABANCA, Gabriel Costa. **Dos anos dourados às Edições de Ouro: a Tecnoprint e o livro de bolso no Brasil (1939-1970)**. 2009. 202 f. Dissertação (Mestrado em História)-Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.
- LEGENDRE, Bertrand. Du livre au format de poche au livre à 10 francs. In : _____ (dir.). **Les rendez-vous de l'édition**. Paris: Bibliothèque Publique d'Information/ Centre Georges Pompidou, 1999. p.150-167. (Bpi en actes - Actes du cycle de débats).
- MOREL, Gaële. Les « Photo Poche » de Robert Delpire: un exemple d'édition culturelle, **Strenæ**, Tours, 1, 14 jun. 2010. Disponível em: <<http://strenae.revues.org/81#quotation>>. Acesso em: 16 jul. 2014.
- OLIVEIRA, Livio Lima de. **O livro de preço acessível no Brasil**. 2002. 158f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação)-Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.
- PARINET, Elisabeth. **Une histoire de l'édition à l'époque contemporaine, XIXe – XXe siècle**. Paris, Éditions du Seuil, 2004.
- VERGUEIRO, Waldomiro. **Seleção de materiais de informação**. 2. ed. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 1997.