



**Os romances sentimentais e a revolução
digital: os processos de criação dos projetos
de democratização da leitura nos livros
do coração**

*The sentimental romances and the digital revolution:
the process of creating the reading democratization
projects in the heart books*

Erotilde Honório Silva^[a]

Roberta Manuela Barros de Andrade^[b]

^[a] Doutora, Unifor, e-mail: eroh@unifor.br

^[b] Doutora, UECE, e-mail: manubarros@secrel.com.br

Resumo

Os romances sentimentais, aqueles que centram seu enredo em contar histórias de amor, geram um montante de 1,52 bilhões de dólares em vendas anuais. Porém, com a popularização do formato digital, no início do século XXI, esse mercado tem sofrido mudanças drásticas. Se o formato digital permite a reprodução das obras em um suporte distinto do impresso, expandindo vendas, também possibilita a sua reprodução não autorizada, de forma ilimitada, uma vez que os *e-books* lançados na internet podem 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. Os projetos disponibilizam, em PDF ou em Word, sucessos impressos antigos do mercado, bem como *best sellers* atuais do gênero, publicados ou não no Brasil. Neste contexto, nos indagamos como se dá, mediados por estes projetos, o processo de produção destes *e-books* artesanais. Assim, este trabalho tem o objetivo de 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 pululam na internet, e que são a principal fonte de alimentação dos *blogs* que tratam do tema. Para tal, a metodologia utilizada foi a hermenêutica de profundidade de Thompson (1995), especificamente a sua análise sócio-histórica e formal ou discursiva. 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 que se gestem no consumo dos romances contemporâneos.

Palavras-chave: Revolução digital. *E-books*. Romances sentimentais. Projetos de democratização da leitura.

Abstract

The sentimental novels, those who center their plot to tell love stories, generate an amount of 1.52 billion dollars in annual sales. However, with the popularization of digital format in the early twenty-first century, this market has undergone drastic changes. If the digital format allows playback of works in support of a distinct form, expanding sales, it also allows unauthorized reproduction, unlimited, since e-books released on the internet can be countless times downloaded. Thus, the focus of this work is on projects of democratization of these books that allow your free download in numerous blogs that specialize in these novels. These projects provide, in PDF or in Word, printed old hits the market as well as current best sellers in the genre, unpublished or not in Brazil. In this context, we ask ourselves how is mediated by these projects, the production process of these craft e-books. So, this essay has the proposal to discuss how the digital revolution has impacted the market for "Heart Books" from the production logic of democratization projects reading swarming the internet, and are the main source of power of blogs that deal with the subject. For this purpose, the me-

thodology used was Thompson (1995) depth of hermeneutics, specifically its socio-historical analysis and formal or discursive analysis. Thus, this study investigates the logics that guide the project of democratization of sentimental books because we believe that such projects have played a relevant role with respect, today, the transformations of novels consumption.

Keywords: Digital Revolution. E-Books. Sentimental novels. Reading democratization projects

Quando os livros digitais entram em cena

Este trabalho tem o objetivo de discutir como a revolução digital impactou o mercado dos livros sentimentais, não a partir dos esforços das grandes editoras em implantar o formato digital, mas a partir da lógica de produção dos projetos de democratização da leitura que se utilizam deste formato para “reproduzir” romances de sucesso no mercado e os disponibilizar gratuitamente na internet. Neste sentido, este trabalho visa a investigar as lógicas que orientam estes projetos. Para isso, partimos do pressuposto de que tais projetos têm desempenhado um papel de relevância no que diz respeito tanto à estruturação deste mercado quanto à construção de novas tipologias de regimes de leitura relacionadas a este bem.

Assim, para tentar dar conta desta pretensão, utilizamos como metodologia a hermenêutica de profundidade de Thompson (1995), especificamente a sua análise sócio-histórica e sua análise discursiva ou formal. O objetivo desta primeira análise é reconstruir as condições sociais e históricas de produção, circulação e recepção dos bens culturais. Entrementes, para fins deste trabalho, iremos focar nossa análise apenas nas lógicas que regem a produção dos projetos de democratização da leitura. O objetivo do segundo tipo de análise é demonstrar as estruturas lógico-formais que compõem tais projetos, que serão descritas mais adiante. Mas, se o mercado dos livros do coração tem mudado drasticamente a partir da inserção do livro digital, o que nos indagamos é: como o livro digital foi incorporado a esse mercado?

Os romances sentimentais, aqueles que concentram seu enredo em contar histórias de amor, são diretamente responsáveis por mais da metade de toda a produção mundial de ficção vendida na América do Norte, em especial nos Estados Unidos e Canadá. Esse gênero gera um lucro de 1,52 bilhões de dólares em vendas anuais, ultrapassando qualquer outro gênero disponível hoje, no mercado (ANDRADE; SILVA, 2014a). A *Harlequin Books*, a maior editora do mundo nesta categoria e especialista na produção de romances a baixos custos, começou a publicar seus romances em 1958 e já em 1977 alcançava a marca de 100 milhões de exemplares vendidos mundo afora (SILVA; 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 supermercados de grande porte e em bancas de revistas. Os romances publicados pela megaeditora são, na contemporaneidade, exportados para mais de 108 países e traduzidos para 26 línguas (DUNGEE, 2003). Em 2007, os últimos dados do censo norte-americano informavam que 50 milhões de mulheres ao redor do mundo liam os livros publicados pela *Harlequin-Silhouette* (BUN, 2007).

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 (ANDRADE; SILVA, 2014a, 2014b, 2013, 2011). Mas essas produções impressas perderam o seu fôlego na entrada dos anos 2000. O mercado editorial nessa década esteve em franca transformação, 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 essa 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 da nova tecnologia no campo editorial comercial, investiram milhares de dólares em projetos de publicação eletrônica. No entanto, em 2001, como o sucesso esperado não foi alcançado, houve um período de redução substancial de investimentos nessa área. No final de 2007, a participação dos chamados *e-books* no total de vendas das grandes editoras não chegou a 0,1%. 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, esse quadro muda drasticamente.

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 *download* do *e-book* de forma rápida e eficiente. Em 2008, as vendas de *e-books* cresceram em 50%; em 2009, aumentaram 400%. Esse 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 primei-

ro 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, que aumentaram em cerca de 60% em relação ao ano de 2010. No que se refere aos romances sentimentais, as vendas em *e-books* aumentaram mais ainda, em torno de 80%. O estrondoso 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 têm a maior parte de suas vendas concentradas no livro impresso. Tais 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.

Porém, no Brasil, o sucesso dos *e-books* sentimentais não foi tão estrondoso como nos Estados Unidos. Nem a página oficial da *Harlequin-Silhouette*, tampouco a da *Nova Cultural* são as mais visitadas pelas leitoras desses 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, bem como *best sellers* do gênero. Os *e-books* artesanais incluem livros estrangeiros que ainda não foram lançados no mercado brasileiro e que ficam disponibilizados, para os fãs, em versões traduzidas para o português brasileiro.

A iniciativa provém de projetos de democratização da leitura¹, idealizados, organizados e administrados de forma amadora por fãs do gênero. No Brasil, há pelo menos dez 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 “Roman-

¹ 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 esses projetos como pertencentes a esta categoria porque estes se autodenominam assim, 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 do gênero, cujo acesso, por questões econômicas, ainda é interdito para a maioria da população brasileira.

ce com Tema Sobrenatural”. Os livros oriundos desses 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 em romances de amor. 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”.

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 estas, 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 têm 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 até a distribuição, mas o que queremos chamar a atenção neste trabalho é para o fato de que: a) o processo de reprodução não está mais intrinsecamente relacionado ao mero 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 previamente; 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.

Neste contexto, nos indagamos: como as leitoras de livros sentimentais migraram das bancas de revistas para os *blogs* de fãs na internet?

A passagem da banca de revista para os *blogs* na rede

O consumo destes romances aconteceu, no Brasil, a partir do século XVIII, graças à técnica da tradução. A prática de sua leitura tornou-se um hábito cultural

entre as elites por todo o século XIX (ABREU et al., 2003), mediado, em sua grande parte, por grandes editoras francesas, que tanto intermediavam a tradução de romances ingleses como produziam seus próprios autores. Porém, somente na década de 1930, com a criação de editoras nacionais, o produto inicia seu processo de ampliação de público, entrando nas camadas médias brasileiras (ANDRADE; SILVA, 2014a, 2014b, 2011, 2013). Tal expansão de nosso mercado editorial se dá não só com a ampliação do interesse pelo consumo de livros, mas, principalmente, pela ampliação 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 destaque dessa trajetória é o lançamento da Coleção Biblioteca das Moças, da Companhia Editora Nacional (CUNHA, 1999; ANDRADE; SILVA, 2008, 2010a, 2011). A Coleção Biblioteca das Moças foi um conjunto de obras que reuniu a tradução de romances sentimentais tanto de autores franceses como ingleses, entre os anos de 1920 e 1960, no Brasil. O seu sucesso entre as camadas médias brasileiras foi imenso, tornando a coleção ícone de uma geração e sinônimo de romance sentimental nesse período.

Com a ditadura militar, os romances sentimentais chegam às bancas de revistas, a preços módicos, atingindo agora também às camadas populares (ANDRADE; 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 (15 cm 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 escritório 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, e no qual as referências às relações amorosas conjugadas às sexuais não encontravam lugar.

Os romances de banca de revistas se materializam, neste período, no Brasil, nas Coleções *Trevo*, *Carícia*, *Amor*, *Lírio*, *Celia* 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, que se considerava 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 aproximação bem mais contemporânea do que seus predecessores, são instantaneamente um enorme sucesso. A entrada dessa 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 até mulheres maduras e, desta vez, não está mais restrita às classes populares, alcançando segmentos importantes das classes médias brasileiras (ANDRADE; SILVA, 2013, 2014b). 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 desses 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 analfabetismo funcional.

Em 1970, a relação entre tiragem de livros e a população do Brasil era de um 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 em que é lançada a coleção “Bianca”. Entrementes, a média nacional não se mantém quando se trata dos romances sentimentais de banca de revista. Na década seguinte, estas coleções serão avidamente consumidas, em um processo que englobava a leitura de quatro a seis livros ao mês, o que faz com que tais coleções se transformem, nos anos de 1980, em um estrondoso sucesso editorial, tornando-se referências para toda uma geração. Nos anos de 1990, o gênero entra em um processo de diversificação de autores e coleções. As opções para o público consumidor 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 revista, mas os investimentos milionários, no início dos anos de 2000, revelam-se desproporcionais aos lucros com a sua venda. Em 2008, já em parceria com a Editora *Record*, a *Harlequin-Silhouette* publica, em média, cerca de 400 títulos ao ano, sendo 17 lançamentos por mês. Nesse mesmo ano, as vendas chegaram entre 1,8 milhões a 2 milhões de exemplares ao ano (SILVA; 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 dire-

ta, 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 essa 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, 2014b) revelam que as fãs do gênero consomem em torno de cinco a dez 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, nesse mesmo período, comercializados apenas dois livros por habitante ao ano (REIMÃO, 2011)².

Assim, esta 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 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?

² Enquanto isso, em 2003, nos Estados Unidos, temos a média de 11 livros por habitante ao ano, e na França, sete livros por habitante (LINDOSO, 2005).

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. Tais projetos 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, comumente, 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 serão 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, o “Projeto Revisoras” e o “Livros Florzinhas”, pretenderam alcançar, inicialmente, toda a produção de banca de revista lançada no Brasil, em especial, resgatando aquelas pertencentes aos anos de 1980 e 1990. Porém, a pretensão inicial não foi atingida. A produção das editoras nesse período, e aqui temos a *Nova Cultural* como grande protagonista, mas falamos 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 obstáculos a tal meta extraordinária pela enorme quantidade de horas de trabalho que a disponibilização de um único volume demandava. O procedimento de se realizar uma nova digitação dava, obviamente, 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 disponibilizem coleções de autoras brasileiras. Entre essas 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), esse 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 em relação 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” (1930-1060), também foram objeto de disponibilizações. Entre as coleções de bolso, destacamos “Corin Tella-do”, “Carlos de Santander” e autores avulsos das coleções “Lírio”, “Trevo”, “Flor”, “Amor”, “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 devido às preferências de seus públicos consumidores que, à época das publicações, se centravam nos livros publicados pela *Nova Cultural*, em especial os das coleções “Julia”, “Sabrina” e “Bianca”, especificamente as dos anos de 1980.

De fato, os livros publicados nessas coleções nos anos de 1980 foram sucessos absolutos de público e, hoje, ainda são extremamente procurados para *downloads* nos sites especializados. Os livros ficaram tão famosos 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 prepo-

tentes. O termo aparece com frequência nas postagens das fãs do gênero nos *sites* especializados na discussão, apreciação e acesso aos romances sentimentais.

No entanto, lembramos, nos anos recentes, os projetos mais tradicionais como “Livros Florzinhas” e “Projetos Revisoras”, assim como 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, certamente, com esquemas de *marketing* mais complexos. Esses 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 esse 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, o de inglês e espanhol, para a tradução e revisão final³. No caso do “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: digitalização, 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 proces-

³ Dados retirados do próprio *site* do Projeto Revisoras Traduções. Disponível em: <<https://www.bloglovin.com/blog/6876573/similar>>. Acesso em: 03 de outubro de 2014.

so. Cada uma das colaboradoras faz parte de um desses processos, mas, às vezes, a mesma pessoa exerce duas funções diferentes, como digitalização e formatação, por exemplo. No que se refere aos “Livros Florzinhas”, apenas o nome da digitalizadora e revisora aparecem na versão final; no caso do “Projeto Revisoras”, há variações. Os créditos das digitalizadoras 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 apresentam com seu pré-nome e sobrenome, outras apenas com pré-nomes, há ainda aquelas que se apresentam por pseudônimos (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 inúmeras. No início, quando os primeiros livros digitais chegaram ao “mercado”, disponibilizados nos *sites* especializados, os *e-books* eram bastante rudimentares. 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 confecção 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 “*Tiamat World*” 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 sobre 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 no livro original, por exemplo, dados sobre as mudanças de nome dos protagonistas, que variam de versão para 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 é apresentada 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 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 pode ser plenamente substituída pela versão original em inglês. O uso de notas de rodapé é recorrente, seja para explicar, por exemplo, onde se localiza um lugar citado no texto ou para descrever um prato pedido em um restaurante pelo protagonista da história. Assim, há interferências diretas no texto por parte da equipe de produção.

Os projetos criam ainda seus próprios logotipos, as exceções são “Livros Florzinhas”, “*E-Books* Românticos e Eróticos”, “Romances com Tema Sobrenatural” e “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 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 projetam uma imagem de feminilidade para as leitoras do gênero. Para as mulheres que amam romances, as colaboradoras do projeto oferecem, literalmente, flores.

À guisa de conclusão

Os projetos de democratização dos livros sentimentais propõem uma mudança drástica no consumo desse 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, tornando-se 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 gestem no consumo dos romances na contemporaneidade. A partir do presente estudo, algumas dessas mudanças puderam ser auferidas.

Os projetos de democratização dos livros sentimentais se orientam 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 escolhidas, 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.

Lembre-mos, junto com Chartier (2011), que os protocolos de leitura são marcas inerentes a um texto, assim como a impressão que pretendem assegurar, ou pelo menos indicar, a “correta” interpretação que este deveria propiciar. No texto, há determinados elementos que o autor produz que orientam sua leitura em um sentido, ao mesmo tempo em que essa 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 fomentam 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

- ABREU, M. et al. **Os caminhos dos livros**. Campinas: Mercado das Letras, 2003.
- ANDRADE, R. M. B; SILVA, E. H. Os romances sentimentais e suas comunidades de leitura. **O público e o privado**. Fortaleza, n. 24, 2014a.
- _____. 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, 2014b.
- _____. O consumo de romances e o universo feminino: as práticas de leitura dos livros do coração. **Interin**. Curitiba, v. 15, n. 1, 2013.
- _____. O império das emoções e a literatura sentimental no Brasil. **Contracampo** (UFF), v. 22, p. 32-44, 2011.
- _____. Corpos que falam: erotismo, amor e paixão no romance sentimental. **Comunicarte**, v. 30, p. 9-25, 2010a.
- _____. A vida em cor de rosa: o romance sentimental e a ditadura militar no Brasil. **Revista Famecos (on-line)**, v. 17, p. 41-48, 2010b.

_____. 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 (Doutorado) – Boston College, 2007.

CHARTIER, R. (org). **Práticas de leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 2011.

CUNHA, M. T. S. **Armadilhas da sedução**: os romances de M. Delly. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

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 (Mestrado) – Seton Hall University, 2003.

LINDOSO, F. Educação: lição de Casa. **Desafios do Desenvolvimento**. Brasília, ano 2, n. 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, n. 1, jul./dez. 2011.

_____. **Mercado editorial brasileiro 1960-1990**. São Paulo: ComArte/Fapesp, 1996.

THOMPSON, J. **Mercadores da cultura**. São Paulo: Unesp, 2013.

_____. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 1995.

SILVA, C. E. da.; PUHL, P. R. Os romances sentimentais na cultura tecnológica: um estudo de como viver junto o lazer e o amor no século XXI. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 05, n. 13, 2008.

Recebido: 28/03/15

Received: 28/03/15

Aprovado: 2/10/15

Approved: 2/10/15