

O livro de bolso na França: diversidade e inovação entre os anos 1950 e 2000*

Willian Eduardo Righini de Souza**

Giulia Crippa***

Resumo. O artigo discorre sobre a história do livro de bolso na França, do lançamento da coleção *Le Livre de Poche*, em 1953 às propostas editoriais do início do século XXI. Destaca-se a materialidade dos livros, como o formato e o número de páginas, e aspectos de sua produção e oferta, como o número de exemplares e o preço final. Percorrendo seis décadas, enumeram-se iniciativas, como o *semi-poche* e o *livre à 10 francs*, que permitiram questionar a própria ideia de livro de bolso. Por fim, retrata-se o estado atual deste mercado na França.

Palavras-chave: Livro de bolso; Livro francês; História do livro.

The pocket book in France: Diversity and innovation between 1950 and 2000

Abstract. Current analysis deals with the history of the pocket book in France, from the publication of the collection *Le Livre de Poche* in 1953 to the editorial suggestions in the early 21st century. The materiality of books, format and number of pages, aspects of production and marketing, number of copies and price are underscored. During these 60 years such initiatives as the *semi-poche* and *livre à 10 francs* problematize the very idea of the pocket book. A study on the current book market in France is also provided.

Keywords: Pocket book; French book; History of the book.

* Artigo recebido em 25/01/2015. Aprovado em 03/06/2015.

** Doutorando em Ciência da Informação pela ECA/USP, São Paulo/SP, Brasil. E-mail: wrihini@yahoo.com.br

*** Doutora do Curso de Ciências da Informação e da Documentação da FFCLRP/USP, Ribeirão Preto/SP, Brasil. E-mail: giuliac@ffclrp.usp.br

El libro de bolsillo en Francia: Diversidad e innovación entre los años 1950 y 2000

Resumen. El artículo discurre sobre la historia del libro de bolsillo en Francia, desde el lanzamiento de la colección *Le Livre de Poche*, en 1953, a las propuestas editoriales de comienzos del siglo XXI. Se destaca la materialidad de los libros, como el formato y el número de páginas, y los aspectos de su producción y oferta, como el número de ejemplares y el precio final. Al recorrer seis décadas, se enumeran iniciativas como el *semi-poche* y el *livre à 10 francs*, que permitieron cuestionar la misma idea del libro de bolsillo. Por último, también se retrata el estado actual de este mercado en Francia.

Palabras Clave: Libro de Bolsillo; Libro Francés; Historia del Libro.

Introdução

Ao apontar o forte crescimento mundial do mercado editorial na metade do século XX, em especial após a II Guerra, o professor e pesquisador Robert Escarpit cunhou, em sua obra do mesmo nome e publicada em 1965, a expressão *La Révolution du Livre* (ESCARPIT, 1976). Para o autor, o crescimento demográfico, a alfabetização, o maior acesso à educação formal, os avanços tecnológicos, que permitiram uma produção mais rápida e econômica, além do aperfeiçoamento dos meios de transporte, foram alguns dos fatores que beneficiaram este mercado e garantiram um número de vendas até então inimagináveis.

Contudo, embora esse livro tenha sido escrito em francês e por um pesquisador francês, a expressão, traduzida para o inglês como *Paperback Revolution*, ganhou destaque na análise das coleções em brochura que surgiram na Inglaterra e depois nos Estados Unidos a partir da década de 1930, como pode ser observado em Schmoller (1974) e Davis (1984). Sendo assim, ao verificar os usos desta expressão na literatura internacional,

preferimos traduzi-la como *Revolução da Brochura*, que consideramos mais esclarecedora e contextualizada do que *Revolução do Livro*.

A prevalência da expressão em estudos de língua inglesa deveu-se especialmente à importância atribuída à coleção Penguin para o surgimento e expansão deste fenômeno. Lançada em 1935 por Allen Lane na Inglaterra, ela se aproveitou de todas as condições elencadas por Escarpit para vender milhares de exemplares. A coleção também adotou diversas estratégias de distribuição e marketing para atingir um público mais amplo, como privilegiar literatura contemporânea, utilizar cores para identificar temas/gêneros e oferecer seus títulos em supermercados e lojas de departamento. Com exemplares medindo 11,1 x 18,1 cm e vendidos a seis pence, a Penguin tornou-se um sucesso mundial e uma inspiração para o lançamento de coleções em outros países, como a Pocket Books, em 1939, nos Estados Unidos.

Pode-se argumentar que o projeto da Penguin baseou-se em outras coleções de preço e tamanho reduzidos, como as alemãs Tauchnitz Editions, lançada ainda no século XIX, e a Albatross Modern Continental Library, de 1932. Até mesmo a utilização de cores nas capas para identificar os gêneros dos livros, tão conhecida nas edições Penguin, foi uma cópia do modelo adotado pela Albatross: laranja para ficção, verde para mistério e policial, azul escuro para biografia, etc. (DAVIS, 1984, p. 27-28). A venda de livros em canais alternativos, como nas estações de trem, também não era uma novidade. Nesse sentido, a tentativa de escrita de uma história do livro de bolso a partir de iniciativas anteriores à Penguin não deixa de ser legítima, dependendo dos critérios e conceitos selecionados. A Penguin se sobressaiu por, primeiro, reunir diversas características antes dispersas entre coleções e períodos e, depois, por tirar proveito das condições sociais, econômicas e tecnológicas do século XX. Para Olivero (2010a, p. 21), “ce qui change en

revanche entre le XIX^e et le XX^e siècle, c'est qu'au XX^e siècle la collection de poche, ou « les poches » comme nous les appelons, sont devenus un secteur éditorial à part entière”.¹

Em ritmo mais lento que os mercados inglês e norte-americano, outros países da Europa Ocidental também ganharam suas coleções de brochura ou de bolso similares ao modelo proposto pela Penguin. Na Itália, podemos citar a Biblioteca Universale Rizzoli (BUR), lançada pela Rizzoli, e a Universale Economica (UE), pela Cooperativa del Libro Popolare (Colip), ambas de 1949. Na Alemanha, as edições de bolso da Rowohlt Verlag, a partir de 1950, e da Deutscher Taschenbuch-Verlag (DTV), desde 1961. A França, com uma grande população leitora e forte crescimento econômico, não ficou para trás, como veremos a seguir. Ainda assim, essas iniciativas nacionais são pouco conhecidas além de suas fronteiras. A história do livro de bolso, quando vista em uma perspectiva internacional, acabou por ser reduzida à história da Penguin ou, no máximo, do livro de bolso anglo-saxão.

Reconhecendo a contribuição do mercado francês para este segmento, propomos um recorte para discutir a história de suas coleções ao longo do século XX. Desta forma, desejamos jogar luz sobre particularidades da história do livro de bolso não muito disseminadas no Brasil, mas que consideramos relevantes não apenas por especificar o percurso francês, mas também por estimular o interesse por outras realidades que podem contribuir para novas reflexões sobre a nossa própria experiência com o livro de bolso.

De modo abrangente, um livro de bolso pode ser definido como um livro de tamanho e preço reduzidos em relação à média dos livros de uma editora e que é destinado a um público mais amplo que a sua edição encadernada/ em grande formato. Na maioria das vezes, ele também não é inédito, é uma brochura e a sua venda não é exclusiva em livrarias. Entretanto,

¹ “O que muda entre os séculos XIX e XX é que no século XX a coleção de bolso ou “les poches”, como nós os chamamos, tornou-se um setor editorial independente”.

mesmo para as características apontadas como mais estáveis, como preço e dimensão, não há limites fixados que consigam determinar fronteiras entre livros de bolso e de grande formato. Qual a medida de passagem de categoria ou que separa um formato do outro? Qual o preço limite de um livro de bolso? Nesta perspectiva, parece-nos mais funcional, sem ignorar os seus atributos mais duradouros, seguir Legendre (1998) e considerar como livro de bolso toda obra assim apresentada pelos seus editores, sobretudo se ela fizer parte de uma coleção divulgada como de bolso. Desta maneira, estamos mais interessados em expor a história das coleções vistas como de bolso ao longo do século XX e início do XXI do que circunscrevê-las a um conceito pré-estabelecido.

1 *Le Livre de Poche*

Lançada pela Librairie Générale Française, filial da Hachette, em fevereiro de 1953, a *Le Livre de Poche* foi a primeira coleção francesa reconhecidamente de bolso, sendo assim nomeada pela sua editora e recebida pelo público. No formato 11 x 16,5 cm, preço de 150 francos, os três primeiros títulos foram *Koenigsmark*, de Pierre Benoît, *Les Clefs du royaume*, de Archibald Joseph Cronin, e *Vol de nuit*, de Antoine de Saint-Exupéry.

Paigner (2000, p. 7) resumiu as características iniciais desta coleção que seria o modelo de livro de bolso no país na década de 1950: eram publicados apenas romances já editados em formato tradicional e que alcançaram boas vendas, todos com grandes tiragens (as primeiras impressões variavam entre 50.000 a 60.000 exemplares), a baixo preço (enquanto um livro da coleção custava 150 francos, o de uma coleção corrente de literatura era vendido por volta de 600 francos) e com capas ilustradas e coloridas.

Foi somente em 1955 que a coleção começou a ser dividida em séries. As duas primeiras foram a *Historique* e a *Encyclopédique*, seguidas, em 1958, pelas *Classique* e *Exploration*. Embora marquem a inclusão da não-ficção no catálogo,

essas primeiras séries não significaram uma reorientação do público-alvo. Se os nomes podem sugerir uma maior variedade, o fato é que a *Le Livre de Poche* só continuou a publicar títulos de grande apelo popular. A série *Historique* tornou-se um espaço para memórias e biografias, tendo como seu lançamento o primeiro volume das *Mémoires de guerre*, do general Charles de Gaulle. Já a série *Encyclopédique*, ao contrário de possuir discussões, textos escolares ou acadêmicos, foi inaugurada com os títulos *Larousse de poche*, *La cuisine pour tous* e *La pêche et les poissons de rivière*. Como bem assinalou Legendre (1998, p. 153-158), a incursão da *Le Livre de Poche* no domínio não ficcional atendia e estava mais próxima de questões da vida cotidiana, prática, do que de reflexões sobre o conhecimento legitimado.

De todo modo, em nenhum momento a *Le Livre de Poche* se posicionou como uma coleção para as massas, menor. Pelo contrário, destacava a qualidade de suas edições. Em anúncio no número 25 da *Bibliographie de la France*, de junho de 1958 (apud PAIGNER, 2000, p 96-97), ela divulgou:

Selon la règle du Livre de Poche, tous les textes seront publiés intégralement; ils seront reproduits d'après l'édition la plus correcte et, s'il s'agit d'auteurs étrangers, dans la traduction la plus fidèle ou dans une traduction nouvelle.²

Como grande parte dos títulos estava em domínio público e as concorrentes também a publicavam, acrescentar o prefácio de um escritor reconhecido (ou cineasta, jornalista, religioso, dependendo do assunto) era uma maneira de valorizar a obra e diferenciá-la das demais edições. Na capa era acrescida a expressão *Texto Integral* e, na contracapa, o retrato do autor e uma pequena biografia. Como foi possível verificar, os elementos paratextuais dos primeiros lançamentos da *Le livre de Poche* reproduziam a estrutura mais

² “Segundo a regra da *Le Livre de Poche*, todos os textos serão publicados integralmente; eles serão reproduzidos de acordo com a edição mais correta e, se tratar-se de autores estrangeiros, com a tradução mais fiel ou uma nova”.

recorrente utilizada pelas coleções de livros de bolso. Quando o texto não era integral, devido a exigências contratuais do autor ou editor, que podiam não desejar que um trecho específico fosse publicado, a menção *Texto Integral* era retirada da capa, mas permanecia na contracapa a frase: "en textes intégraux tous les chefs-d'oeuvre de la littérature contemporaine"³, permitindo uma dupla interpretação, seja de que o livro possuía conteúdo integral, apesar dos cortes realizados, quanto de que era apenas uma propaganda da coleção como um todo, não sendo, necessariamente, uma referência ao exemplar adquirido (PAIGNER, 2000, p.96-97). Essas estratégias de valorização da coleção eram importantes não apenas para garantir boas vendas, mas também para dissipar a desconfiança que parte do público poderia ter em relação a esses livros, muito mais baratos que aqueles em grande formato.

Se encontramos certa dificuldade, mesmo que seja reconhecido o protagonismo da Penguin, para determinar com precisão qual foi a primeira coleção de bolso no mundo ou em um país específico, já que as transformações na edição e a conquista de novos públicos são um processo contínuo e acumulativo, é consenso que a coleção francesa mais parecida com a na época de sua criação era a Coleção Pourpre, editada pela Calmann-Levy e Librairie Générale Française entre 1939 e 1958.

De formato reduzido e com o exemplar ao preço de 230 francos, a Pourpre era o que mais se aproximava na França do modelo de livro de bolso em disseminação na Europa e América do Norte. Contudo, algumas particularidades revelavam que esta coleção não possuía os atributos que seriam relacionados aos livros de bolso no século XX. Primeiro, os livros eram encadernados e não em brochura, como seria a *Le Livre de Poche*. Segundo, os cadernos eram costurados e não colados. Desta maneira, seu custo de produção também era maior. Abandonando essas e demais escolhas até então habituais, a

³ "em textos integrais todas as obras-primas da literatura contemporânea".

Le Livre de Poche conseguiu baixar o seu custo de produção em 85% (PAGNIER, 2000, p. 46-48).

A diferença entre as coleções Pourpre e Le Livre de Poche ia além dos materiais empregados. Também era significativo o valor simbólico de cada uma. A Pourpre adotava as práticas até então predominantes entre as coleções tradicionais, como uma capa sóbria, sem ilustrações chamativas, uma aparência elegante e acabamento de qualidade (sobrecapa, encadernação, cadernos costurados, etc.), garantindo as condições para que os livros fossem preservados nas bibliotecas particulares, ao lado dos exemplares mais caros, em grande formato. Já a Le Livre de Poche, ao recorrer aos mais diversos recursos para baratear a produção e inovar na divulgação e distribuição, ultrapassou os limites que asseguravam uma aura de sacralidade ao livro, um valor que o separava dos bens de uso cotidiano e o destinava a uma reverenciação atemporal (PAGNIER, 2000, p. 51-55).

Enquanto os livros da Pourpre eram divulgados como objetos decorativos para serem lidos atentamente e guardados na biblioteca, símbolo de tradição e conhecimento, ou em outro local *apropriado*, os da Le Livre de Poche sugeriam uma leitura ao ar livre, em movimento, entre os afazeres do dia-a-dia, similar a qualquer outra atividade de lazer. O livro poderia ser deixado no escritório, no quarto ou na bolsa, lido aos pedaços, com barulho ao redor, folheado durante as refeições, enfim, ele se mostrava como mais um objeto a ser manuseado e *consumido* durante as práticas cotidianas. Conforme sublinha Pagnier (2000, p. 51), “le livre s’adapte à la vie de son lecteur, alors que, dans le cas de la Collection Pourpre, celui-ci s’adapte à celle-là”.⁴

Em 1958, Frédéric Ditis criou a coleção J’ai Lu, para ser vendida somente nos supermercados Prisunic e Monoprix em razão do seu receio de uma disputa direta com a Le Livre de Poche. Seu catálogo abrangia literatura geral,

⁴ “O livro adapta-se à vida de seu leitor, enquanto que, no caso da Coleção Pourpre, é o leitor que se adapta à coleção”.

policiais e ensaios sobre a guerra. O sucesso foi imediato, com o primeiro título, *Le Petit Monde de Don Camillo*, de Giovanni Guareschi, ultrapassando os 100.000 exemplares (BESSARD-BANQUY, 1998, p. 174). Porém, pouco tempo depois, após pressão das livrarias, ela também passou a ser oferecida nesses estabelecimentos, além de ser adquirida pela editora Flammarion. Até o início da década de 1960, a J'ai Lu era a principal e praticamente a única concorrente da *Le Livre de Poche*. Devido a essa conjuntura, Legendre (1998, p. 117) estabeleceu o intervalo entre 1958 e 1962, anterior ao surgimento das coleções universitárias, como o segundo período do desenvolvimento do livro de bolso na França.

A J'ai Lu adotou a mesma dimensão da *Le Livre de Poche*, 11 x 16,5 cm, mas os seus primeiros títulos apresentavam uma novidade que buscava convencer o público de que eram melhores que os da concorrente: eram encadernados e ainda assim não eram mais caros que as edições em brochura. Para manter essa característica, a editora teria que vender uma grande quantidade de obras para compensar o gasto suplementar com a encadernação, obrigando-a a diversificar os canais de venda além das livrarias, como no caso do oferecimento em supermercados. Entretanto, a iniciativa durou apenas até 1961, quando a J'ai Lu também passou a ser editada em brochura (LEGENDRE, 1998, p. 250-251).

Em competição, a *Le Livre de Poche* aumentou o lançamento de títulos, não se restringindo a best-sellers e incluindo grandes obras contemporâneas e clássicas⁵. Nesse período, a coleção publicava de 62 a 86 títulos por ano e

⁵ É a partir de 1958 que a *Le Livre de Poche* se estabelece como uma das principais coleções do país. De acordo com Legendre (1999, p. 152), “dans une première phase, les quatre ou cinq premières années, l'accueil du public comme des libraires était tiède, et, en fait, le véritable démarrage s'est produit à la fin des années cinquante, soutenu ensuite par un certain nombre de tendances démographiques dynamiques et par l'élargissement de la scolarité qui ont fait que, vers la fin des années soixante, il existait un important public jeune”. (Numa primeira fase, os primeiros quatro ou cinco anos, a recepção do público como de livreiros foi morna e, de fato, o verdadeiro início se produziu no final dos anos cinquenta, sustentado, em seguida, por um certo número de tendências demográficas dinâmicas e pela expansão da escolaridade que fizeram que, em torno do final dos anos sessenta, existisse um importante público jovem).

avançou na consolidação de sua identidade editorial (LEGENDRE, 1998, p. 117). Para efeito de comparação, entre 1953 e 1956, os lançamentos variaram entre 36 e 42 títulos por ano (PAGNIER, 2000, p. 65). Em 1960, ela lançou o selo *Policière*. No ano seguinte, o guia *France 1961*, um guia turístico com informações sobre arte, lugares e gastronomia; e o *Poche Chrétien*, para o público religioso. Desse modo, apesar da concorrência, a editora continuou crescendo. Se, em 1958, a *Le Livre de Poche* já representava 6,5 % de todos os livros produzidos na França, o que é um número bastante expressivo; em 1961, essa proporção subiu para 8%. Em valores absolutos, foram vendidos por volta de 50.500.000 exemplares entre 1955 e 1961 (PAGNIER, 2010, p. 65; 2000, p. 110).

Embora em expansão, a *Le Livre de Poche* pouco utilizou canais de venda alternativos. Seus livros eram oferecidos principalmente em livrarias. Se a coleção também podia ser encontrada em supermercados como Prisunic e Monoprix ou nas bancas de jornal, esses locais representavam pouco em relação ao total das vendas. Em 1957, apenas um em cada oito livros era adquirido em um desses estabelecimentos, ou seja, cerca de 630.000 exemplares do total de 5.100.000. Em 1963, as vendas da *Le Livre de Poche* em estabelecimentos não tradicionais ainda não tinham ultrapassado 10% do total (PAGNIER, 2000, p. 114-115).

A publicidade revelou-se mais importante que os locais de venda. Além de investir em forte divulgação dos lançamentos por meio de cartazes, promoções, propagandas em jornais, rádios, etc., os próprios livros da *Le Livre de Poche* eram produzidos para parecer atrativos, chamar a atenção dos leitores potenciais e divulgar outros títulos. Além das capas com imagens em toda a sua extensão e com verniz para ficarem brilhantes, uma lista com as demais obras do catálogo era inserida nas últimas páginas e discursos promocionais na contracapa.

Em relação ao conteúdo, *Le Livre de Poche* e J'ai Lu eram similares, buscando atender diversos estratos do grande público, principalmente com best-sellers e clássicos. Todavia, como as primeiras edições da J'ai Lu eram encadernadas, sua publicidade valorizava “une présentation digne du talent des plus grands auteurs”⁶, merecedora de um espaço na biblioteca privada, supostamente ao contrário da *Le Livre de Poche*, que seria formada por livros descartáveis, não destinados à perenidade (LEGENDRE, 1998, p. 252).

Desde o lançamento da Penguin na Inglaterra, adotada como a primeira coleção por um número expressivo de pesquisadores, o livro de bolso despertou intensos debates sobre a sua legitimidade, seu valor cultural e os riscos e benefícios de uma maior disseminação da informação e do conhecimento. Na Inglaterra, a discussão se concentrou nos efeitos que essas obras teriam no comércio do livro, podendo diminuir os lucros dos autores e livrarias. Para George Orwell, em uma edição da *New English Weekly* de 1936, o resultado do lançamento de coleções como a Penguin, embora celebrado pelos leitores, poderia ser “uma inundação de reimpressões baratas que irão prejudicar as bibliotecas circulantes (a madrasta do romancista) e restringir a publicação de novos romances” (ORWELL, 1936 apud MANGUEL, 2002, p. 170-171).

Nos Estados Unidos, devido à pressão de organizações civis e religiosas de cunho conservador, o alvo foram as capas e conteúdos considerados imorais, que garantiriam espaço para imagens e textos com sugestão sexual e cenas de violência. Segundo esta visão, a maioria dos livros em brochura deveria ficar longe das crianças, do acervo das bibliotecas públicas e ser evitada por pessoas sérias. O movimento contra essas publicações levou até mesmo à criação, em 1952, de um Comitê sobre Materiais de Pornografia Corrente no Congresso Norte-Americano, que defendia, entre outros pontos,

⁶ “uma apresentação digna do talento dos maiores autores”.

leis mais rígidas para o controle de obras consideradas obscenas e lascivas (SCHICK, 1958, p. 112-113).

Na França, as críticas ao livro de bolso ganharam visibilidade com a publicação do número 1213 da revista literária *Mercur de France*, de novembro de 1964, e dos números 227 e 228 da também revista literária *Les Temps Modernes*, de maio e abril de 1965. As duas revistas, bastante conhecidas e respeitadas no meio acadêmico do período, abriram espaço para intelectuais e profissionais do setor se expressarem sobre o livro de bolso. As principais críticas foram realizadas por Hubert Damisch, filósofo e professor da *École des Hautes Études en Sciences Sociales* de Paris, em um artigo na *Mercur de France*. Para ele, o livro de bolso, sobretudo a coleção *Le Livre de Poche*, recorria a técnicas e procedimentos da indústria dos meios de comunicação de massa para produzir e vender os livros “mais tradicionais” da alta cultura.

Segundo Damisch (1964, p. 485), se antes o leitor ia de encontro ao livro, pois necessitava/gostaria de acessar o seu conteúdo, as coleções de bolso, sob a lógica de “un livre exposé est un livre vendu”⁷, promoviam o percurso inverso, de priorizar a busca pelo leitor potencial através da publicidade e atrativos como a capa colorida e o preço reduzido. Desta maneira, o livro deixaria de ser um símbolo de status social, perderia a sua áurea, a sua sacralidade; características que, para Damisch, deveriam ser mantidas e valorizadas por serem positivas para a cultura.

Enquanto na Inglaterra e nos Estados Unidos uma visão negativa em relação ao livro do bolso já era bem conhecida antes dos anos 1950; na França, críticas mais contundentes ganharam repercussão apenas na década de 1960, após o lançamento de coleções de bolso universitárias, como a *Idées*, pela Gallimard, e a *Petite Bibliothèque Payot*, pela Payot, ambas de 1962. Para Pingaud (1965 apud MERCER, 2011, p. 617), foram essas coleções, a maioria

⁷ “um livro exposto é um livro vendido”.

de Ciências Humanas, que levaram intelectuais a reconhecer que o público potencial desses livros não se restringia às grandes massas, aos leitores de best-sellers, mas incluía pesquisadores e estudantes do ensino superior, gerando uma reação, uma contestação por parte daqueles que até então as esnobavam.

Em contraposição a Damisch, textos publicados na *Les Temps Modernes*, criada em 1945 por Jean-Paul Sartre e Simone de Beauvoir, defendiam o livro como um meio para alcançar o conhecimento e não um fim em si. Nesta perspectiva, o livro de bolso seria benéfico por possibilitar uma maior circulação de ideias, por estimular a curiosidade e promover uma maior troca de informações e experiências. Para este grupo, o livro de bolso poderia ser um símbolo de democratização cultural, superando um entendimento arcaico e elitista sobre a função e utilidade do livro.

No segundo volume da *Les Temps Modernes* dedicada ao tema, François Erval, criador da coleção *Idées*, ironizou os argumentos de Damisch e seus seguidores:

Le lecteur qui entre dans une librairie et achète pour 20 francs un roman de Dostoïevski prouverait par cette démarche et cette dépense qu'il fait partie du monde de la culture. Celui qui achète le même roman au Drugstore ou au Bazar de l'Hôtel-de-Ville pour 5 francs seulement, ne serait plus, selon certaines théories, qu'un vulgaire consommateur. J'avoue que cette distinction me laisse rêveur. Naïvement, j'avais imaginé que deux personnes différentes avaient acheté dans deux éditions différentes, pour un prix différent, le même livre.⁸ (ERVAL, 1965, p. 1990).

Ainda que as disputas em torno das representações do livro de bolso na França tenham se tornado mais evidentes apenas na década de 1960, não podemos afirmar que elas não existiam desde a década anterior. A concorrência

⁸ “O leitor que entra em uma livraria e compra por 20 francos um romance de Dostoïevski provaria por esta atitude e este investimento que ele faz parte do mundo da cultura. Aquele que compra o mesmo romance em uma farmácia ou bazar de prefeitura por apenas 5 francos não seria mais, segundo certos teóricos, que um vulgar consumidor. Eu confesso que esta divisão me deixa perplexo. Ingenuamente, eu tinha imaginado que duas pessoas diferentes tinham comprado em duas edições diferentes, por um preço diferente, o mesmo livro”.

entre a *Le Livre de Poche* e a *J'ai Lu* e o uso que elas fizeram da publicidade apontam para uma possível necessidade de superar percepções negativas sobre este tipo de livro. Ao acusar a concorrente de oferecer livros de baixa qualidade, percebíveis e não tão desejáveis quanto os livros encadernados, a *J'ai Lu* recorreu a um discurso próximo do adotado pelos inimigos do livro de bolso em outros países, embora ela mesma fosse uma coleção do setor. O livro de bolso, como idealizado pela Penguin na Inglaterra, era uma novidade na França dos anos 1950. Demais países europeus lançavam suas coleções e enfrentavam os mesmos questionamentos. Sendo assim, ainda que a documentação disponível privilegie as opiniões pós anos 1960, esses indícios sugerem um conflito desde o lançamento da *Le Livre de Poche*. Caso contrário, os ataques da década seguinte não teriam encontrado o eco registrado.

Embora as coleções de livro de bolso da década de 1950 não representassem uma completa ruptura gráfica-editorial, o período histórico ajuda a explicar o imenso sucesso que elas alcançaram. Conforme cita Pagnier (2000, p. 124), a França viveu, assim como outros países europeus, um expressivo crescimento econômico entre os anos de 1945 e 1974 que abarcou diversos setores. O intervalo ficou conhecido como os *Trente Glorieuses*, termo cunhado pelo demógrafo francês Jean Fourastié na obra *Les Trentes Glorieuses*, de 1979.

Entre 1948 e 1960, o consumo dos franceses dobrou e os gastos com cultura e lazer seguiam um ritmo de crescimento constante, que se intensificariam nos anos 60 e 70 (PAGNIER, 2000, p. 124). Com o poder de compra aumentando ao mesmo tempo em que eram lançadas novas coleções de livros de baixo preço, adquirir esses exemplares não comprometia o orçamento de grande parte da população. Simultaneamente, o país apresentava crescimento econômico, aumento do poder de compra e variedade de coleções de livros de bolso. Contudo, esses indicadores poderiam ter efeito limitado se

não houvesse a necessidade e/ou desejo de adquirir livros. Nesse sentido, o aumento do número de jovens na população e, principalmente, a massificação do ensino foi primordial, pois criou um mercado para essas obras serem utilizadas nas escolas/ universidades e estimulou a formação de novos leitores.

C'est pourquoi on peut penser que le nombre croissant de jeunes dans la société française, notamment la croissance des effectifs scolarisés, constituent un terrain favorable au développement de collections telles que Le Livre de Poche. Les chiffres sont significatifs, amorçant une mutation dès les années cinquante, qui prend plus d'ampleur encore dans les années soixante et, partant, s'inscrit dans le cadre chronologique défini pour l'étude du Livre de Poche comme phénomène culturel. Les élèves du second cycle du second degré sont, pendant l'année scolaire 1958-1959, près de trois cent quarante mille, en 1963-1964, près de six cent cinquante mille ; le taux de croissance des effectifs entre ces deux années scolaires est le plus élevé de la période 1948-1968. Entre 1953 et 1963 le nombre des élèves de terminale triple, de 1948 à 1968, il est multiplié par six pour les lycées publics. Entre 1953 et 1958 le taux de croissance atteint 75%, puis, entre 1958 et 1963, 87% et 52% pour les cinq années qui suivent. L'enseignement supérieur connaît une forte augmentation de ses effectifs, quoique logiquement décalée dans le temps, donc moins intense pour la période retenue. Si l'on considère les seuls étudiants des Universités publiques les effectifs inscrits, de 1958 à 1963, passent de plus de cent quatre vingt cinq mille à plus de trois cent vingt mille, la croissance devenant plus soutenue encore entre 1963 et 1968, date à laquelle cinq cent quatre vingt six mille étudiants sont recensés, soit des taux de croissance 75% puis 79%. Cette « massification » de l'enseignement secondaire puis supérieur paraît bien, par l'augmentation de la population lectrice qu'elle induit, figurer au nombre des éléments favorables a priori au succès de la collection⁹ (PAGNIER, 2000, p. 128 -129).

⁹ “É por isso que podemos pensar que o número crescente de jovens na sociedade francesa, sobretudo o crescimento dos efetivos escolares, constitui um terreno favorável ao desenvolvimento de coleções como a Le Livre de Poche. As cifras são significativas, com o início de uma mutação nos anos cinquenta, que ganha amplitude ainda nos anos sessenta e, portanto, se inscreve no quadro cronológico definido para o estudo da Le Livre de Poche como fenômeno cultural. Os alunos do segundo ciclo do segundo ano são, durante os anos 1958-1959, cerca de trezentos e quarenta mil; em 1963-1964, cerca de seiscentos e cinquenta mil; a taxa de crescimento dos efetivos entre esses dois anos é a maior do período 1948-1968. Entre 1953 e 1963, o número de alunos no último ano do ensino médio triplica; de 1948 a 1968, ele é multiplicado por seis para as escolas públicas. Entre 1953 e 1958, a taxa de crescimento alcança 75%, depois 87% e 52% para os cinco anos seguintes, entre 1958 e 1963. O ensino superior conhece um forte aumento dos seus efetivos, embora logicamente deslocado no tempo, de

2 Coleção Folio

Apesar da resistência de alguns setores, como exposto nas revistas *Mercure de France* e *Les Temps Modernes*, os anos 1960-1970 são considerados a era de ouro do livro de bolso na França, com destaque para as humanidades, devido às condições que favoreciam o seu desenvolvimento, como o crescimento econômico dos *Trentes Glorieuses*, a democratização do ensino superior e o aumento do poder de compra da população. Mesmo que uma parcela de intelectuais atacasse a proposta dessas coleções em pequeno formato, as principais editoras não aparentavam desconforto e continuaram lançando títulos e séries.

Em 1972, foi a vez da Gallimard, uma das mais respeitadas editoras do país, criar a sua coleção de bolso, a Folio, voltada para literatura contemporânea, com os dois primeiros títulos sendo *La Condition Humaine*, de André Malraux, e *L'Étranger*, de Albert Camus.¹⁰ Os livros da editora já eram publicados em formato de bolso pela Le Livre de Poche, mas, com a ruptura da parceria entre a Gallimard e a Hachette, a primeira retomou os direitos sobre os 516 títulos que estavam sendo publicados pela segunda e republicou grande parte deles.

A coleção reformulou algumas práticas editoriais recorrentes no período. No lugar do formato 11 x 16,5 cm, adotado pelas Le Livre de Poche e J'ai Lu, escolheu o 10,8 x 17,8 cm, deixando os livros com uma forma menos quadrangular. A dimensão logo seria adotada entre diversas editoras do setor.

modo menos intenso para o período escolhido. Se considerarmos apenas os estudantes das universidades públicas, o número de inscritos, de 1958 a 1963, passa de cento e oitenta cinco mil a mais de trezentos e vinte mil, o crescimento torna-se ainda mais expressivo entre 1963 e 1968, período no qual quinhentos e oitenta e seis mil estudantes estão matriculados, uma taxa de crescimento de 75% e 79%. Esta “massificação” do ensino médio e depois superior parece ser, pelo aumento da população leitora que ela provoca, um dos elementos favoráveis para o sucesso da coleção”.

¹⁰ Em seu primeiro ano, a coleção Folio publicou 240 títulos, todos com tiragem superior a 50.000 exemplares e sendo reimpressos no final do mesmo ano (LEGENDRE, 1999, p. 155).

Por sua distribuidora, a Sodis, ainda não dispor de um número expressivo de locais de venda (em 1973, possuía cerca de 15.000 pontos), a tiragem da coleção também não era tão expressiva quanto a suas concorrentes mais populares e, conseqüentemente, o preço de venda um pouco mais elevado. De todo modo, alguns livros obtiveram uma ótima recepção, como *L'Étranger* e *La Peste*, de Albert Camus, que venderam cerca de 300.000 e 280.000 exemplares respectivamente no ano do seu lançamento¹¹ (LEGENDRE, 1998, p. 261). Vários dos seus títulos eram considerados eruditos e de interesse de um público mais culto.

Entre as diversas inovações gráficas, a que mais se destacou foi o projeto para a capa dos exemplares, que se distanciava do modelo de preenchimento de toda ou quase toda superfície com imagens chamativas e coloridas. Jean Massin, o diretor artístico e grafista da editora, preferiu adotar um fundo branco com uma ilustração sobreposta, garantindo uma identidade visual para a coleção que conseguia se destacar entre os modelos disponíveis no mercado. Em complemento à aparência sóbria e simples das capas, o tipo utilizado para o título e o nome do autor era o baskerville old face, criado por John Baskerville em 1757 (BESSARD-BANQUY, 1998, p. 181; OLIVERO, 2010b, p. 85).

Essas transformações, como bem apontou Legendre (1998, p. 279), confirmavam a aproximação entre o livro de bolso e o de formato tradicional não apenas em relação ao seu conteúdo, mas também nas suas características materiais e formais. Cada vez mais, com o surgimento de coleções dedicadas às Ciências Humanas e literatura contemporânea consagrada pela crítica, a imagem

¹¹ A *Le Livre de Poche* alcançou números maiores na relação exemplares/ano: O *Journal* de Anne Frank vendeu 500.000 exemplaires em um ano (1961). Em 1962, *Vol de Nuit*, de Saint-Exupéry, vendeu 432.000 e *La Peste*, de Camus, 412.000 exemplares. Porém, no que se refere à maior venda, as posições se invertem. Enquanto o livro mais vendido da coleção Folio foi *L'Étranger*, de Camus, com 6.600.000 exemplares, o maior sucesso da *Le Livre de Poche* foi o *Le Grand Meaulnes*, de Alain-Fournier, com mais de 5.000.000 exemplares.

de livro de bolso como uma obra de mau gosto literário, aparência extravagante e que empregava materiais de baixa qualidade perdia força. Era o momento de consolidação de coleções como Idées e Folio, símbolos da legitimação cultural do livro de bolso.

Priorizando a qualidade, seu preço também era entre 40% e 60% maior que coleções mais populares, segundo Dominique Goust, diretor da Le Livre de Poche em 1998 (LEGENDRE, 1999, p. 155). Atualmente, esta disparidade é insignificante, até mesmo invertida em alguns anos, apesar de observável quando comparamos títulos específicos. Por exemplo, o clássico *Notre-Dame de Paris*, de Victor Hugo, custava 9,4 euros pela Folio em março de 2014 enquanto que pela Le Livre de Poche o valor diminuía para 4,60 euros. Todavia, a edição da Folio continha 960 páginas e a da Le Livre de Poche 733. Com uma diferença menor, *Gabriel Lambert*, de Alexandre Dumas, era oferecido a 5 euros (304 páginas) pela Folio e a 4,60 euros (256 páginas) pela Le Livre de Poche. Por outro lado, *L'Avare*, de Molière, custava 2 euros (240 páginas) pela Folio e 2,30 euros (160 páginas) pela Le Livre de Poche. A tendência é que os livros da Folio sejam um pouco mais caros e contenham mais páginas que concorrentes como Le Livre de Poche, J'ai Lu, Pocket, etc; porém, deve-se considerar essas variações de acordo com a área/ assunto, extensão da obra, necessidades paratextuais e público-alvo.

O formato 10,8/11 x 17,8 cm também deixou os livros de bolso visualmente mais parecidos com os de grande formato. Essas dimensões já não eram novidade em coleções de bolso anglo-saxônicas (era o formato da Penguin, por exemplo) e o 11 x 16,5 cm, adotado pela Le Livre de Poche e J'ai Lu, era mal visto por alguns críticos por deixar os exemplares quadrangulares, em uma proporção mais próxima de livros infantis e populares. Com a opção pelo formato 10,8/11 x 17,8, escolhido a partir de então por praticamente todas as editoras de bolso, incluindo a Le Livre de Poche em 1994, os exemplares

ficaram mais alongados, elegantes, com uma aparência não conflitante com o modelo que o leitor se acostumou a reconhecer nas obras maiores.

Além disso, esse formato garantiu um maior aproveitamento da mancha tipográfica, permitindo incluir 15% a mais de texto no livro sem precisar aumentar o número de páginas. Como as editoras/coleções começaram a publicar com maior frequência livros volumosos, alguns deles ultrapassando 1.000 páginas, esta economia podia exercer um papel significativo para a saúde financeira da empresa e manutenção do baixo preço dos exemplares (LEGENDRE, 1998, p. 243).

Nous voyons donc se dessiner dans ce changement de format, un déplacement de la valeur symbolique de l'édition de poche. Objet porteur à ses débuts d'une dimension critique orientée à l'encontre du dispositif de la culture cultivée, le livre de poche rejoint progressivement par sa forme (un format étroit et allongé) et par ses contenus (l'extension au domaine du savoir) un système symbolique qui est plus proche de celui de l'édition traditionnelle¹² (LEGENDRE, 1998, p. 246).

Como uma das grandes editoras francesas, a maior parte dos títulos publicados em versão de bolso foi selecionada entre as obras já adquiridas pela Gallimard para a publicação em grande formato. Os livros da Folio são geralmente publicados dois anos após o lançamento da primeira edição. Em 2011, dois terços da coleção eram provenientes do fundo da editora, enquanto o restante era adquirido de editoras menores, como Grasset Stock, Télémaque, Albin Michel, entre outros. A consolidação no mercado foi rápida, pois, além da qualidade gráfica-editorial e de conteúdo da coleção, carregava o nome e *know-how* da Gallimard. Em apenas cinco anos, entre 1972 e 1978, ela vendeu mais de 15 milhões de exemplares. Em 2011, já tinha

¹² “Vemos assim emergir nesta mudança de formato uma transformação do valor simbólico da edição de bolso. Objeto que portava em seu início uma dimensão crítica em relação ao dispositivo da alta cultura, o livro de bolso se insere progressivamente, pela sua forma (um formato estreito e alongado) e pelo seus conteúdos (a extensão para o domínio do conhecimento), em um sistema simbólico que está mais próximo daquele da edição tradicional”.

alcançado 365 milhões de exemplares, 5.300 títulos e cerca de 1.200 autores editados. Por ano, eram cerca de 350 lançamentos, 1500 títulos reimpressos, 12 milhões de exemplares vendidos ao preço médio de 6,10 euros (o preço de venda variava entre 2 a 14 euros)¹³ (GALLIMARD, 2011).

Com tamanha profusão de títulos, a coleção começou a ser dividida em séries na década de 1980. No fim da década anterior, mais especificamente em 1977, foi criada a divisão *Folio Junior*, para livros infanto-juvenis. No formato 12,4 x 17,8 cm, com ilustrações em preto e branco e preço atual¹⁴ variando entre 2 e 14,90 euros, esta série, segundo Delbard (2010, p. 96), representou uma revolução para o livro infanto-juvenil de bolso na França, pois foi a precursora de todas as coleções do tipo que surgiram posteriormente. Porém, esta série é apresentada como uma coleção autônoma pela Gallimard, com seu próprio catálogo e site, não sendo, portanto, oficialmente considerada como uma das séries da Folio, levando apenas o seu nome. De fato, quando se estuda a divisão da coleção Folio em séries, as primeiras citadas são a *Folio Histoire*, para livros de história, *Folio Actuel*, para ensaios sobre temas contemporâneos, e *Folio Essais*, para ensaios em geral, todas lançadas em 1985. Durante as décadas de 1990 e 2000, ainda surgiram a *Folio Théâtre*, *Classique*, *Policier*, *Science-Fiction*, entre outras, formando as 17 divisões atualmente disponíveis. A última criada foi a *Bande Dessinée* (história em quadrinhos – HQs) em 2011.

Ao analisar o desenvolvimento das coleções Folio, Le Livre de Poche e 10/18, Olivero (2010b, p. 85) concluiu que a divisão do catálogo em diferentes séries é a decisão mais comum quando se publica muitos títulos, independente da área ou tema principal coberto pela coleção.

¹³ Dados de 2011. Em seu catálogo de 2012, são listados quase 7.000 títulos, 2.000 autores e os preços variam entre 2 e 14,50 euros.

¹⁴ Referência: Primeiro semestre de 2014.

3 O livro de bolso após os *Trente Glorieuses*

Com a crise do petróleo de 1973 e o fim do forte desenvolvimento econômico dos *Trente Glorieuses* (Enquanto o crescimento médio do PIB francês entre 1950 e 1974 ultrapassou os 5% ao ano, no período seguinte, entre 1975 e 1989, caiu pela metade, permanecendo por volta de 2,5%), as editoras não encontrariam mais a mesma facilidade para vender milhões de exemplares dos seus principais títulos. Com mais coleções de bolso, todo lançamento passou a competir por espaço com diversos outros títulos similares que miravam o mesmo nicho de leitores.

Para serem mais competitivas, as editoras precisavam diversificar o seu catálogo. Por outro lado, com mais livros em circulação e um menor poder aquisitivo do público, aumentar a produção de livros de bolso, imprimindo grandes tiragens de cada título, além de arriscado, não parecia ser uma resposta para os desafios que surgiam, afinal, esta estratégia não seria algo diferente do que já vinha sendo feito há anos.

Foi a Gallimard, em 1976 e 1977, através das coleções *Tel* e *L'Imaginaire*, respectivamente, que apresentou uma proposta inovadora para o período, o *semi-poche*. Se a venda por título de livro de bolso diminuiu e se o livro em grande formato era muito mais caro, portanto, menos atrativo, o *semi-poche* constituía o modelo intermediário. Por meio dele, seria possível publicar autores consagrados, pertencentes ao fundo do catálogo da editora, mas que passavam por um período de esquecimento, não sendo potenciais best-sellers. O primeiro número da *L'Imaginaire* foi *Un rude hiver*, de Raymond Queneau, e o da *Tel*, *L'Être et le néant*, de Jean-Paul Sartre. Segundo a apresentação das duas coleções no site da Gallimard, a *L'Imaginaire* cobriria ensaios e literatura, “réédition d'œuvres littéraires, tantôt oubliées, marginales ou expérimentales d'auteurs reconnus, tantôt

estimées par le passé mais que le temps a pu éclipser”¹⁵. Já a Tel, contaria com obras de referência em Ciências Humanas, segmentadas em filosofia, linguística, sociologia, psicanálise, economia e política, história, entre outros (GALLIMARD, 2013a; 2013b).

As vantagens das coleções L’Imaginaire e Tel para a Gallimard eram a impressão em fac-símile, reduzindo o seu custo de produção, o aproveitamento de títulos do fundo que não encontravam espaço nas coleções existentes e, mesmo que tivesse um preço de venda maior que o livro de bolso devido a menor tiragem (cerca de 10.000 por título)¹⁶, o valor era bem mais barato que as edições em formato tradicional (Em 2013, o preço médio dos títulos da L’Imaginaire era de 8,10 euros e o da Tel, 11,40 euros). Em relação ao tamanho, os exemplares da Gallimard mediam 12,5 x 19 cm, um padrão que seria copiado pelas concorrentes com poucas modificações. A coleção Bouquins, lançada pela Laffont em 1979, mediria 13 x 19,8 cm e a coleção Quadrigue, iniciada em 1981 pela Presses Universitaires de France, 13 x 19 cm (GALLIMARD, 2013a; 2013b).

Apesar das dificuldades após 1974, o mercado de livro de bolso ainda crescia em um ritmo mais acelerado que o do livro tradicional. Na metade da década de 1980, um em cada dois livros publicados em literatura eram de bolso. Nas livrarias, a proporção era de dois livros de bolso oferecidos a cada três em literatura. Em 1983, as coleções de bolso movimentaram 800 milhões de francos, o que correspondia a 10% dos negócios totais do mercado editorial e 36% do setor de literatura. Em número

¹⁵ “reedição de obras literárias, por vezes esquecidas, marginais ou experimentais de autores reconhecidos, por vezes estimadas no passado, mas que o tempo eclipsou”.

¹⁶ Visar um público mais restrito, com uma tiragem média inicial de 10.000 exemplares, não impediu que a L’Imaginaire e a Tel lançassem livros que alcançariam boas vendas. De 1976 a 2013, a Tel já havia vendido 4.900.000 exemplares, sendo o maior sucesso *Histoire de la folie à l’âge classique*, de Michel Foucault, com 201.000 exemplares. Pela L’Imaginaire, foram vendidos 7.200.000 exemplares entre 1977 e 2013, com o título *Les nouvelles orientales*, de Marguerite Yourcenar, atingindo 622.000 exemplares (GALLIMARD, 2013a; 2013b).

de exemplares, publicou-se 130 milhões de livros de bolso no mesmo ano, o que representava 35,7% da produção total e 77,8% dos títulos literários (BESSARD-BANQUY, 2009, p. 115).

Entretanto, a nova realidade também já era perceptível. Em 1983, a tiragem média do livro de bolso não ultrapassava 25.200 exemplares, reduzindo a rentabilidade de algumas coleções. Algumas delas, na tentativa de permanecerem fortes no mercado, lançaram novas promoções e reformulam o catálogo. A J'ai Lu buscou se afastar de títulos muito populares e conquistar jovens leitores, mais eruditos, com livros de Philippe Soupault, Alain Robbe-Grillet e Patrick Modiano. A 10/18 investiu em policiais e clássicos da literatura inglesa. Em se tratando de clássicos, as editoras redobram a atenção com prefácios e posfácios de especialistas, anexos, notas, entre outros elementos paratextuais para se destacarem entre as diversas opções com o mesmo conteúdo. Ficava claro que a *Era de Ouro* do livro de bolso tinha acabado e que seria necessário mais empenho e investimento das editoras para vendas muito menores. Em 1989, a tiragem média de um livro de bolso já tinha caído para 16.900. Ainda assim, a maioria das editoras continuava precisando publicar os seus títulos, principalmente de literatura, em formato de bolso, seja em uma coleção própria ou cedendo os direitos a terceiros, para equilibrar o seu orçamento, já que o livro de bolso permanecia como uma das opções mais rentáveis para reaquecer a venda de um título (BESSARD-BANQUY, 2009, p. 115-116).

Em 1986, a Gallimard lançou mais uma coleção que seria lembrada como um marco na história do livro de bolso na França: a Découvertes. O objetivo original era lançar livros de bolso (12,5 x 17,8 cm) enciclopédicos, repletos de imagens em cores, para estudantes, mas a boa recepção entre adultos fez com que essa restrição por faixa etária fosse logo abandonada.

Em novembro de 2006, a coleção já tinha publicado mais de 500 títulos, vendido mais de 12.500.000 exemplares, sendo seu maior sucesso o nº 1 da coleção, *À la recherche de l'Égypte oubliée*, de Jean Vercoutter, que conseguiu vender 217.000 exemplares (GALLIMARD, 2008).

Interessante notar que mesmo sendo uma coleção de vulgarização/divulgação científica ela foi recebida com entusiasmo e sem polêmicas pela imprensa e especialistas, algo impensável duas décadas atrás, o que reforça o posicionamento de que o livro de bolso havia se consolidado ainda mais no mercado francês. Pela primeira vez, uma coleção enciclopédica, com dezenas de ilustrações em cores, miolo em papel de qualidade, garantindo uma boa visualização das obras, edição cuidadosa e a preços acessíveis era lançada em formato de bolso. Com a maior parte dos títulos sendo vendidos entre 13 e 15 euros¹⁷, o leitor passou a ter acesso a um imenso catálogo de quadros, esculturas, fotografias, objetos decorativos e demais registros iconográficos que até então estavam reservados aos onerosos livros de arte em formato corrente.¹⁸

Se em períodos anteriores algumas coleções de bolso ficaram mais parecidas com as edições tradicionais, no que diz respeito às ilustrações das capas, ao conteúdo e ao tamanho, com o propósito de se legitimarem culturalmente; a década de 1980 presenciou a continuidade desse processo de aproximação, mas por razões diferentes. Com os *semi-poches*, tiragens reduzidas e preços maiores, as barreiras que separavam os dois mercados diluíram-se um pouco mais; contudo, desta vez, porque precisavam conquistar uma mesma parcela de leitores (estudantes, universitários e intelectuais) para se manterem lucrativas.

¹⁷ Consulta realizada em março de 2014.

¹⁸ Flammarion e Éditions Milan lançaram suas coleções com perfil enciclopédico alguns anos depois: Dominos (1993) e Les Essentiels (1997), respectivamente. Em 2001, foi a vez da Hachette criar a Phare, utilizando um formato incomum para a década de 80, mais próximo dos livros de bolso da década de 50: 14,4 x 17,8 cm (OLIVERO, 2010a, p. 19).

A evolução do livro de bolso ao longo das décadas transformou e/ou relativizou de maneira tão significativa as suas características que a própria função inicial de livro de bolso começou a ser questionada. Em seu início, publicando clássicos e best-sellers de grande repercussão, em um período de crescimento econômico e democratização do ensino, o livro de bolso era a melhor garantia de retorno financeiro para uma coleção. Produzido a baixo custo, pois as tiragens iniciais giravam em torno de 50 mil exemplares, e restrito a títulos de sucesso, o risco de prejuízo era pequeno. As coleções de livro de bolso se estabeleceram como um porto seguro para o equilíbrio financeiro das editoras. Porém, com a necessidade de diversificar os catálogos abrangendo todo tipo de obra, mesmo as de difícil saída e inéditas, a diminuição das tiragens, a elevação dos custos de produção e preço de venda como consequência do menor número de exemplares impressos, além da forte concorrência, incluindo daquelas coleções classificadas como intermediárias (*semi-poches*), boa parte dos benefícios e garantias de se publicar em formato de bolso desapareceram. A partir de então, cresceu a dúvida de até quando essas coleções continuariam sendo economicamente favoráveis às editoras.

4 O livro à 10 francs

Nos anos 1990, a principal novidade foi o surgimento do *livre à 10 francs*. 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 *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 e grampeados. O sucesso foi grande, vendendo mais de 20 milhões de exemplares ao longo dos anos 90, com *Lettera sulla felicità*, de Epicuro, respondendo por dois milhões. A

coleção foi encerrada em 2002, com os títulos sendo disponibilizados para *download* gratuito pela editora.

Com o intuito de repetir o modelo de sucesso na França, Maurizio Medico, Nata Rampazzo e Luc Dubos lançaram a coleção Mille et une nuits em 1993 (O selo foi adquirido pela editora Fayard em 1999). Assim como a versão italiana, a francesa foi bem recebida, com *La Lettre sur la bonheur* vendendo mais de 100 mil exemplares.¹⁹ Ao todo, a coleção já ultrapassou os 5.000.000 de exemplares vendidos. Diferente da Millelire, a Mille et une nuits apresentou uma edição de maior qualidade. Os livros, que inicialmente custavam 10 francos, hoje²⁰ são oferecidos entre 1,50 e 5 euros, medem o tamanho de um cartão-postal (10,5 x 15 cm), contêm diversos elementos paratextuais, variam de 32 a 300 páginas e contam com uma encadernação brochura (FAYARD, [2013?]).

L'idée était d'être innovateur, de créer un nouveau produit, une idée pour retrouver des lecteurs ; elle trouve sa forme avec un format plus petit et une pagination plus faible. Restait à créer un vrai fonds éditorial, ce qui nous a conduits à redécouvrir des classiques un peu étonnants, des raretés, des textes qui normalement se retrouvent uniquement dans de grandes compilations comme « Bouquins », et à redonner vie aux textes courts²¹ (MEDICO apud LEGENDRE, 1999, p. 159).

Com a abertura do mercado francês para o livro de *10 francs*, diversas editoras criaram suas próprias séries, mesmo que algumas delas tenham inicialmente criticado a proposta da Mille et une nuits. Em 1994, a coleção J'ai Lu lançou a *Librio*; a Profrance/Maxi-Livres a *Maxi-Poche*; e a Le Livre de

¹⁹ Parte das vendas do título *La Lettre sur le bonheur* deve-se ao seu oferecimento em conjunto com um número especial da revista *Le Nouvel Observateur* dedicado ao tema *félicidade* (HIRSCH, 2003, p. 11).

²⁰ 2014.

²¹ “A ideia era ser inovador, criar um novo produto, uma ideia para conquistar leitores: ela ganha forma com um formato menor e menos páginas. Faltava criar um verdadeiro fundo editorial, o que nos levou a redescobrir clássicos um pouco surpreendentes, raridades, textos que normalmente se encontram unicamente em grandes compilações como “Bouquins”, e dar nova vida a textos curtos”.

Poche a *Les classiques d'aujourd'hui*. Em 1995, a Le Livre de Poche criou outra série, a *Libretti*. Em 1997, surgiu a coleção/editora L'Esprit Frappeur. De modo geral, os anos 90 se mostraram extremamente favoráveis a esse modelo. Em relação a Mille et une nuits, em seis meses ela vendeu 700.000 exemplares, com a tiragem das reimpressões por volta de 25.000 por título. Em oito meses, alcançou-se a marca de um milhão de exemplares vendidos (HIRSCH, 2003, p. 12).

Entretanto, adotar o mesmo preço e pertencer ao mesmo setor editorial não comprova que as diferenças entre essas séries fossem irrelevantes. As duas principais, Mille et une nuits e Librio, por exemplo, possuíam origem e objetivos distintos. Em seu início, a Mille et une nuits não pertencia a um conglomerado/editora, não sendo possível um acesso direto a um fundo editorial²². Vários dos seus títulos eram inéditos e mesmo os clássicos em domínio público precisavam passar por todo um processo de editoração para serem colocados à venda. Já a Librio nasceu com o expressivo fundo da Flammarion à sua disposição, sendo de fato utilizado desde os primeiros lançamentos. O tratamento editorial também era divergente. Os livros da Mille et une nuits possuíam biografia e cronologia da vida do autor, referências bibliográficas sobre o assunto/autor, posfácio, prefácio e ilustrações em preto e branco em alguns números com o intuito de oferecer ao leitor elementos paratextuais que garantissem a singularidade e a qualidade das obras mesmo quando estivessem em domínio público. Privilegiando o retorno financeiro, a Librio adotou uma política inversa: seus livros não contavam com qualquer paratexto. Desta maneira, sem um trabalho editorial preocupado em oferecer conteúdo complementar ao leitor e sem a necessidade de adquirir os direitos de reprodução de outra editora, ela conseguia manter seus preços entre os mais baixos (HIRSCH, 2003, p. 12-20).

²² Com a aquisição pela Fayard em 1999, a coleção pôde se beneficiar do catálogo desta editora.

Em debate realizado em 1998, Maurizio Medico recorreu ao argumento frequente a cada lançamento de uma coleção de bolso para defender que a Mille et une nuits era um projeto de democratização do livro: “On a toujours dit que notre collection était une invitation à la lecture et à la découverte d’une série d’auteurs. Cela veut dire qu’il y a un vrai rôle pédagogique dans notre démarche”²³ (apud LEGENDRE, 1999, p. 159). Entretanto, para Didier Jouanneau, proprietário da livraria Page 189, e Yvon Girard, diretor da coleção Folio, as coleções *à 10 francs* também foram responsáveis por novos desafios e problemas para o mercado. Segundo Jouanneau, seria uma ilusão acreditar que o leitor de um livro de 10 francos se sentirá estimulado a comprar um título do mesmo autor em grande formato podendo este ser dez vezes mais caro. Em sua visão, são públicos diferentes, com condições financeiras e interesses específicos. Já na opinião de Girard, em um tom muito mais crítico, o *livre à 10 francs* provocou um “effet économique pervers” no mercado editorial, pois aumentou a pressão sobre o preço dos livros de bolso. Se, até 1993, era praticamente unanimidade que o livro de bolso era bastante acessível, após essa data a comparação entre os preços dos livros de bolso em geral com os de *10 francs* deixou algumas coleções menos atrativas (LEGENDRE, 1999, p. 160-162).

5 Os anos 2000

A passagem do século XX para o XXI registrou um crescimento acelerado do número de coleções de bolso. De acordo com Oliveiro (2007, p. 206), entre 1964 e 1995, o número de coleções passou de em torno de 50 para aproximadamente 200, enquanto que em um período muito mais curto, entre 1998 e 2006, houve um salto de 428 para 893. Em compensação, devido à

²³ “Sempre dissemos que nossa coleção era um convite à leitura e a descoberta de uma série de autores. Isto significa que há um verdadeiro papel pedagógico em nossa iniciativa”.

formação de conglomerados, o número de títulos e editoras apresentou uma evolução modesta: 35.930 títulos por 120 editoras em 1998 contra 39.000 títulos por 138 editoras em 2006.

Em 2005, o livro de bolso respondia por 16% dos negócios do mercado editorial francês, mais do que o dobro de 1980 (7%). Se nos restringirmos à literatura, ele era responsável por 42% do volume de negócios e 68% dos exemplares vendidos (OLIVERO, 2007, p. 297). Definitivamente, uma parcela significativa da ficção é lida em livro de bolso na França, o que pode ser facilmente deduzido ao visitar e observar as estantes de uma livraria ou ao consultar a lista dos mais vendidos.²⁴

Para preservarem seu protagonismo, editoras de bolso continuaram buscando inovar perante os leitores. As mais antigas reformularam suas capas, vários selos de livros policiais e HQs foram lançados para atender o crescente interesse pelos gêneros, ampliou-se a diversidade de coleções de bolso enciclopédicas, em expansão desde o lançamento da *Découvertes*; obras políticas, militantes, que entre as décadas de 1970 e 1990 pareciam ter caído no esquecimento foram recuperadas e até novos formatos foram sugeridos, como o *ultra-poche* da Éditions Points ²⁵ (OLIVERO, 2007).

Por outro lado, em Ciências Humanas, editoras que não possuíam sua própria coleção de bolso enfrentavam dificuldades para lançar títulos em formato reduzido e a baixo preço. Com um público potencial menor que o da literatura geral, livros acadêmicos/eruditos em bolso vendiam bem menos nos anos 2000, não despertando o interesse das editoras do setor em adquirir seus direitos de publicação (OLIVERO, 2007, p. 210). Uma saída era investir em uma proposta intermediária, como os *semi-poches*.

²⁴ Uma análise de Olivero (2007, p. 207) a partir da lista dos mais vendidos da *Livres Hebdo* mostra que, dos 50 best-sellers de 2005, 19 eram de bolso. Em 2006, eram 27.

²⁵ Formato criado na Holanda em 2009. Nele, o texto é disposto na vertical e cada página ocupa duas folhas.

Mesmo a história, que nos anos 1970-80 foi um dos destaques do mercado, não apresentou grandes resultados nos últimos anos. Em 2005, ela respondia por 4 a 5% da produção nacional, apenas 1,5% do volume de negócios e 0,8% dos exemplares vendidos. Além disso, a maioria das obras era publicada em grande formato, ao preço médio de 23 euros, com a versão de bolso respondendo por somente três milhões de euros dos 40,7 milhões de receita obtida (HUGUENY, 2007, p. 86).

Tabela 1 - Fatia do livro de bolso no mercado editorial francês (1)

Fatia do livro de bolso no mercado editorial francês

<i>Ano</i>	<i>Produção de títulos</i>	<i>Produção de exemplares²⁶</i>	<i>Exemplares vendidos</i>	<i>Volume de vendas da editora</i>
1998	23,0%		30,5%	12,4%
1999	23,1%		30,0%	12,3%
2000	23,0%		28,5%	12,4%
2001	22,6%		29,5%	13,3%
2002	20,7%		28,2%	13,0%
2003	19,5%		28,7%	13,4%
2004	22,6%		30,8%	14,7%
2005	23,6%	31,5%	28,3%	16,1%
2006	22,5%	27,6%	30,2%	14,3%
2007	19,9%	23,7%	27,4%	14,2%
2008	20,6%	23,2%	28,6%	14,9%
2009	18,3%	21,5%	25,3%	12,9%
2010	18,5%	23,0%	25,20%	12,90%
2011	17,9%	21,0%	23,8%	13,0%
2012	18,5%	22,8%	25,4%	13,5%

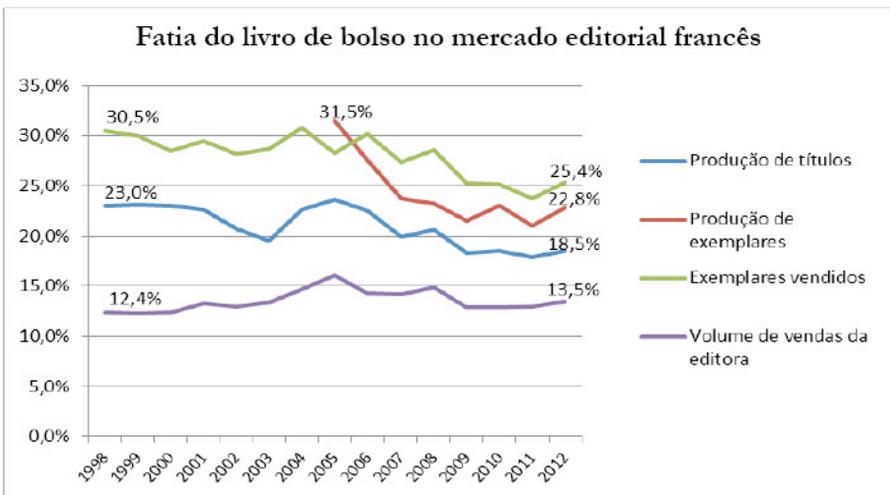
Fonte: FRANÇA. Observatoire de l'Économie du Livre (2000-2014)

²⁶ Foi somente a partir de 2005 que o *Observatoire de l'Économie du Livre* passou a registrar a porcentagem de livros de bolso na produção total de exemplares.

Ainda assim, de maneira geral, as coleções de livro de bolso continuam sendo essenciais para as editoras alcançarem lucros, principalmente quando editam literatura. Se a venda de livros de bolso em Ciências Humanas deixou de ser tão expressiva como em décadas anteriores, o número e diversidade de coleções confirmam que elas continuam relevantes. Em meio à crise econômica que abalou o mundo a partir de 2008, as vendas do livro de bolso na França mantiveram-se estáveis, com um pequeno recuo a partir daquele ano. Ao analisarmos um período mais longo, de 1998 a 2012, verificamos uma diminuição não acentuada do número de títulos, de exemplares e de exemplares vendidos. Por outro lado, cresceu a participação das coleções de bolso no volume de vendas das editoras.

As três principais coleções continuam sendo a Le Livre de Poche, a Pocket e a Folio, nesta ordem. Se considerarmos os grupos editoriais, o mercado é dominado pela Madrigall (proprietária das coleções Folio, J'ai Lu e Flammarion), Editis (que possui a Pocket e a 10/18) e Hachette (que conta com a Le Livre de Poche e Larousse).

Gráfico 1 - Fatia do livro de bolso no mercado editorial francês (2)



Fonte: FRANÇA. Observatoire de l'Économie du Livre (2000-2014).

Como recorrente em sua história, o livro de bolso enfrenta desafios no início do século XXI. No momento, precisa lidar com uma crise que atinge quase todos os setores da economia, diminuindo o poder de compra da população; e a ascensão do e-book, que lança dúvidas sobre o seu impacto no mercado de livros de bolso. Por outro lado, novas ideias também não param de surgir, reformulando capas, testando formatos e possibilitando parcerias. As críticas observadas nos anos 1960 desapareceram do debate público. Dificilmente a tese de que o livro de bolso é uma ameaça cultural encontraria respaldo significativo nos dias de hoje, seja entre o público como entre pesquisadores. Em contrapartida, as vitrines das livrarias, as estantes das bibliotecas, as listas dos mais vendidos e a publicidade espalhada por revistas, estações de metrô, outdoors e demais locais de exposição reafirmam que o livro de bolso exerce um papel central na cultura e economia do livro na França, sendo pouco provável uma mudança drástica deste quadro no curto prazo.

Referências

- BESSARD-BANQUY, Olivier. *La révolution du poche*. In: FOUCHÉ, Pascal (Org.). *L'édition française depuis 1945*. Paris: Éditions du Cercle de la Librairie, 1998.
- BESSARD-BANQUY, Olivier. *La vie du livre contemporain: étude sur l'édition littéraire 1975-2005*. Bordeaux: Presses Universitaires de Bordeaux & Du lérot, 2009.
- DAMISCH, Hubert. *La culture de poche*. *Mercur de France*, Paris, n. 1213, p. 482-498, nov. 1964.
- DAVIS, Kenneth. *Two-bit culture: the paperbacking of America*. Boston: Houghton Mifflin Company, 1984.
- DELBARD, Claire. *Le livre de poche jeunesse d'hier à aujourd'hui*. In: MOLLIÉ, Jean-Yves; TRUNEL, Lucile (Dir.). *Du "poche" aux collections de poche: histoire et mutations d'un genre*. Liège: Céfal asbl, 2010, p. 91-101.
- ERVAL, François. *Le livre de poche est un livre*. *Les Temps Modernes*, Paris, n. 228, p. 1990-1994, maio. 1965.

ESCARPIT, Robert. *A revolução do livro*: Rio de Janeiro : Editora FGV, 1976.

FAYARD. *L'incontournable Petite Collection des éditions Mille et une nuits fête ses 20 ans*. [2013?]. Disponível em: <<http://www.fayard.fr/mille-et-une-nuits-fete-ses-20-ans>>. Acesso: 17 mar. 2014.

FRANÇA. Département de l'Économie du Livre. Observatoire de l'économie du livre. *Chiffres-clés du secteur du livre*. Paris: Service du livre et de la lecture, Direction générale des médias et des industries culturelles, 2000-2014. Disponível em: <<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Disciplines-et-secteurs/Livre-et-lecture/Documentation/Chiffres-et-statistiques>>. Acesso: 23 mar. 2014.

GALLIMARD. *Collection Découvertes Gallimard*. 2008. Disponível em: <[http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/Decouvertes Gallimard/\(sourcencode\)/116085](http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/Decouvertes_Gallimard/(sourcencode)/116085)>. Acesso: 17 mar. 2014.

GALLIMARD. *Collection Folio*. 2011. Disponível em: <[http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/Folio/\(sourcencode\)/116119](http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/Folio/(sourcencode)/116119)>. Acesso: 11 mar. 2014.

GALLIMARD. *Collection L'Imaginaire*. 2013a. Disponível em: <[http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/L-Imaginaire/\(sourcencode\)/116163](http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/L-Imaginaire/(sourcencode)/116163)>. Acesso: 12 mar. 2014.

GALLIMARD. *Collection Tel*. 2013b. Disponível em: <[http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/Tel/\(sourcencode\)/116281](http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/Tel/(sourcencode)/116281)>. Acesso: 12 mar. 2014.

HIRSCH, Sarah. *Le livre à dix francs, un nouveau livre de poche?* Guyancourt, 2003. 110 f. Mestrado (História Sociocultural) - Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, Guyancourt, 2003.

HUGUENY, Hervé. Dossier histoire. *Livres Hebdo*, Paris, n. 683, p. 84-91, mar. 2007.

LEGENDRE, Bertrand (Dir.). Du livre au format de poche au livre à 10 francs. In: LEGENDRE, Bertrand. *Les rendez-vous de l'édition*. Paris: Bibliothèque Publique d'Information/ Centre Georges Pompidou, 1999, p. 150-167.

LEGENDRE, Bertrand. *L'édition du livre de poche en France: Étude des logiques d'innovation et des processus de légitimation dans une industrie culturelle*. Grenoble, 1998. 610 f. Tese (Doutorado em Ciências da Informação e da Comunicação) - Université Stendhal-Grenoble 3.

MANGUEL, Alberto. *Uma história da leitura*. 2. ed. São Paulo: Cia das Letras, 2002.

MERCER, Ben. The paperback revolution: mass-circulation books and the cultural origins of 1968 in Western Europe. *Journal of the History of Ideas*, v. 72, n. 4, p. 613-636, 2011.

OLIVERO, Isabelle. Le livre de poche: cinquante ans de succès. In: MOLLIER, Jean-Yves (Dir.). *Où va le livre?* Édition 2007-2008. Paris: La Dispute, 2007, p. 205-226.

OLIVERO, Isabelle. Les collections d'un siècle à l'autre, XIX^e-XX^e siècle. In: MOLLIER, Jean-Yves; TRUNEL, Lucile (Dir.). *Du "poche" aux collections de poche: histoire et mutations d'un genre*. Liège: Céfal asbl, 2010a, p. 11-23.

OLIVERO, Isabelle. Panorama des collections de poche aujourd'hui. In: MOLLIER, Jean-Yves; TRUNEL, Lucile (Dir.). *Du "poche" aux collections de poche: histoire et mutations d'un genre*. Liège: Céfal asbl, 2010b, p. 81-90.

PAGNIER, Aurélie. 1953, la révolution du "poche" en France. In: MOLLIER, Jean-Yves; TRUNEL, Lucile (Dir.). *Du "poche" aux collections de poche: histoire et mutations d'un genre*. Liège: Céfal asbl, 2010, p. 61-72.

PAGNIER, Aurélie. *Le livre de poche: histoire des premières années d'une collection (1953-1961)*. Paris, 2000. 288 f. Mémoire présenté pour le DEA. (Mestrado História) - Institut d'Études Politiques de Paris, Cycle Supérieur d'Histoire du XX^e Siècle.

SCHICK, Frank L. *The paperback book in America: the history of paperbacks and their European background*. Nova Iorque: R. R. Bowker Company, 1958.

SCHMOLLER, Hans. The paperback revolution. In: BRIGGS, Asa (Ed.). *Essays in the history of publishing in celebration of the 25th anniversary of the House of Longman, 1724-1974*. Londres: Longman, 1974.