

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO EM ESTUDOS DE LINGUAGENS**

EUSVALDO ROCHA NETO

PAULO COELHO: A LITERATURA POP E O MERCADO

Campo Grande – MS
Março-2010

EUSVALDO ROCHA NETO

PAULO COELHO: A LITERATURA POP E O MERCADO

Dissertação apresentada para obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, sob a orientação do Prof. Dr. Edgar César Nolasco
Área de Concentração: Teoria Literária e Estudos Comparados

Campo Grande – MS
Março-2010

EUSVALDO ROCHA NETO
(em negrito, maíusculo e centralizado)

PAULO COELHO: A LITERATURA POP E O MERCADO

APROVADA POR:

EDGAR CÉZAR NOLSCO, DOUTOR (UFMS)

VÂNIA MARIA LESCANO GUERRA, DOUTORA (UFMS)

PAULO SÉRGIO NOLASCO DOS SANTOS, DOUTOR (UFGD)

Campo Grande, MS, ____ de _____ de _____.

Para Vera, minha mãe

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha família, pela paciência com a qual tem me compreendido, agradeço a minha namorada Nelci pela companhia que tem me proporcionado durante esse tempo, e agradeço ao Volmir Cardoso pelo encorajamento e o diálogo fraterno, agradeço ainda aos amigos do curso de mestrado em especial ao Arnaldo Mont'Alvão pela ajuda e pela amizade com que me receberam. Por fim, agradeço ao meu orientador, prof. Edgar César Nolasco, pela orientação e compreensão pertinentes.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO –POR QUE LER PAULO COELHO	9
CAPÍTULO I –A CULTURA <i>POP</i> E A LITERATURA DE PAULO COELHO	14
1.1 Cultura <i>pop</i> : um campo a ser explorado	15
1.2 <i>Cultura e Indústria Cultural</i> : a cultura sob demanda	18
1.3 A alquimia do mercado	27
1.4 O fenômeno <i>O alquimista</i>	32
CAPÍTULO II – A RECEPÇÃO CRÍTICA DE PAULO COELHO	36
2.1 <i>As primeiras abordagens</i> : percalços da crítica	37
2.2 <i>Leituras da Crítica</i> : novas abordagens	52
CAPÍTULO III –MEMÓRIA E AUTOBIOGRAFIA.....	67
3.1 Aproximações à obra de Paulo Coelho.....	68
3.2 O imaginário cultural midiático em <i>O alquimista</i>	72
3.3 <i>A literatura coelhiana</i> : entre imagens e simulacros.....	79
3.4 <i>O alquimista</i> : autorretrato e leitor ideal.....	87
CONCLUSÃO – A LITERATURA <u>BEST-SELLER</u> E O CONSUMO: UM MANANCIAL DE DESEJOS.....	96
REFERÊNCIAS.....	107

RESUMO: Este trabalho analisa a obra *O alquimista* (1988) de Paulo Coelho com aporte teórico dos Estudos Culturais, baseado nas teorias de pesquisadores como Fredric Jameson, Eneida Maria de Souza, Silviano Santiago, Gilles Lipovetsky, entre outros, com o objetivo de estudar o referido romance de Paulo Coelho de forma crítica e inclusiva. Para isso, nos servimos dos estudos de crítica biográfica e cultural, dos estudos de teoria literária contemporânea e de conceitos de *marketing* cultural. Buscamos a definição de cultura *pop*, termo no qual ancoramos a ficção de Paulo Coelho, visando a abarcar uma vasta gama de produtos culturais que foram relegados pela crítica erudita. Uma de nossas propostas foi a de relacionar a vida e a obra do escritor com os meios de produção em massa, a outra, foi a de perceber o quanto a obra coelhiana é desconsiderada pela crítica acadêmica por se servir do prosaísmo do cotidiano e circunscrever-se ao universo *massmediático* e não transcendê-lo. Por meio da leitura de Paulo Coelho pudemos apreender o seu estilo e o universo no qual o escritor opta por gravitar; constatamos a fronteira ideológica que separa as suas obras das obras de outros escritores, e atentamos para a exclusão crítica acadêmica na qual se encontra a sua produção. Portanto, fizemos uma análise da literatura coelhiana com foco em *O alquimista* e constatamos as homologias que se estabelece entre o romance, o contexto do qual o romance surgiu e as novas configurações do mercado de bens culturais.

PALAVRAS-CHAVE: Literatura e mercado cultural, cultura, Paulo Coelho, *O alquimista*

ABSTRACT: This paper discusses *The Alchemist* (1988) of Paulo Coelho in the wake of Cultural Studies with theoretical analysis of researches as Fredric Jameson, Eneida Maria de Souza, Silvano Santiago and others. Our purpose is to study the writing production of Paulo Coelho by a critical and included way. For this, the serving of biographical and critical studies of cultural, studies of contemporary literary theory and concepts of cultural marketing. We seek a definition of *pop* culture, term in which anchored the fiction of Paulo Coelho, to cover a wide range of cultural products that have been relegated by the erudite critical academic. The proposal was to relate the life and work of the writer using the mass production, the other, was to understand how the work coelhiana is disregarded by academic criticism is used by the prose of daily life and limited to the universe massmediático and not beyond it. Through the reading of Paulo Coelho could learn the style and the universe in which the writer chooses to gravitate we see the ideological frontier that separates his work from other writers, and look for the exclusion academic criticism which finds its output. Therefore, we analyzed the coelhiana literature with focus in *The alchemist* and found that the homologies are established between the novel, the context in which he appeared and the new configurations of the market of cultural goods.

KEYWORDS: Literature and cultural market, culture, Paulo Coelho, *The alchemist*

INTRODUÇÃO

POR QUE LER PAULO COELHO

Ítalo Calvino¹, num ensaio bastante original, apresenta quatorze definições do que são clássicos, quase todas pessoais e relacionadas ao hedonismo intelectual, à fruição mesma da obra. Desse modo, Paulo Coelho poderia ser clássico na biblioteca de muita gente. Naturalmente, fica claro que, tratando-se dos clássicos de Calvino, boa parte deles se encontra no passado e possuem teores diferentes dos que apresentamos nesse estudo. “Assim”, para ele “o rendimento máximo da leitura dos clássicos advém para aquele que sabe alterná-la com a leitura de atualidades numa sábia dosagem”.

E arremata: ler os clássicos é melhor do que não ler os clássicos. Dessa mesma forma, contando que é mais produtivo entender do que ignorar, arrematamos nós; ler Paulo Coelho é melhor do que não ler Paulo Coelho.

TENFEN. *Alquimias, bruxarias e mercadorias: a narrativa de mercado e o fenômeno Paulo Coelho*, p.142.

¹ CALVINO. *Por que ler os clássicos?*, p. 14-15.

Esta dissertação constitui-se como estudo crítico da literatura de Paulo Coelho a partir da tentativa de compreender a sua obra, mais especificamente *O alquimista* (1988), o seu livro mais vendido em todo o mundo. Portanto, este estudo parte da leitura do contexto de surgimento da obra com toda a força e a carga histórica do período e dialoga com a linha crítica dos Estudos Culturais, com ênfase na pluridisciplinaridade, com perspectiva inclusiva.

Ao iniciarmos nossas reflexões para este trabalho, deparamos com a insuficiência teórica para referendá-lo. A princípio, coube-nos explicar o conceito de cultura *pop*, para o qual buscamos teóricos que têm como matéria de estudo o material midiático, televisivo e comercial na esfera tecnológica e mercadológica atual. As definições partem de especialistas e produtores da rotulada cultura *pop* (ensaístas e escritores de *blogs* e escritores de *best-sellers*); logo, essas definições não têm o peso do eruditismo, mas possuem a coerência da prática de quem trabalha nesse universo cultural.

Portanto, ao constatarmos que a cultura *pop* refere-se à cultura da mídia, fugaz e favorecida pelos meios de comunicação, não podemos deixar de observar que esse conceito de cultura é limitado e não definitivo. Ou seja, a cultura *pop*, diferente da popular e da erudita, encontra-se ancorada na fugacidade, na repetição. Seus valores são outros; por isso, exigem dos pesquisadores novos mecanismos e critérios de abordagem.

O embasamento de nosso trabalho trouxe para discussão os conceitos de cultura *pop* alicerçados em ensaios e resenhas de pesquisadores e estudiosos como Ítalo Moriconi e Teixeira Coelho, sem descuidar das reflexões de ensaístas e produtores menos conhecidos pela academia como Gian Danton (2003) e Luis Rebinski Júnior. Nesse entrecruzamento teórico ressalta-se a multiplicidade dos conceitos e aponta-se na direção de um aprofundamento crítico e dialógico até aqui limitado, mas que esperamos render diálogos mais produtivos na área da cultura e da literatura.

Convém observar que a definição a que chegamos sobre a cultura *pop* distancia-se do conceito canônico da *pop art* em vários aspectos. Enquanto esta fez as críticas dos valores tradicionais e modernistas devido à sua irreverência, ao deboche e à contestação, a cultura *pop* não pretende questionar nenhum paradigma estético ou filosófico; a sua *performance* está mais centrada na repetição e no não-estranhamento; ela surge para corroborar aspectos da vida cotidiana.

O primeiro capítulo da dissertação intitula-se *Cultura e indústria cultural*. Nele discutimos os aspectos que coadunam a cultura à sociedade industrial e à produção de mercadorias e bens simbólicos, com particular relevância à literatura. Com referencial teórico a respeito da cultura no mundo contemporâneo e sua ligação com a economia de mercado, traçamos linhas de relações entre literatura e mercado, aspectos que podemos perceber na literatura de Paulo Coelho.

A partir da constatação do diálogo ininterrupto do escritor carioca com o mercado, procuramos situar sua escrita nas malhas da indústria cultural sem desmerecê-la, pois vislumbramos, a partir dela, uma possibilidade de estudo e compreensão do nosso tempo. A literatura coelhiana², de certa forma, reflete e refrata a fragmentação dos campos culturais que se deu a partir de fins do milênio. Assim, Paulo Coelho e sua obra constituem-se objetos de estudo singulares, legitimados pela lógica mercantil e visto com desconfiança pela crítica acadêmica. Nosso trabalho nessa empreitada foi ler a obra criticamente com o mínimo preconceito e o máximo de alerta, uma vez que se trata de território pouco cartografado.

No decorrer de nossas reflexões, utilizamos teorias e críticas acadêmicas que pudessem subsidiar a hipótese da importância das várias literaturas na cena cultural contemporânea, sem desmerecimento das comumente rotuladas de literatura de massa; servimo-nos das teorias do crítico Fredric Jameson (2001) e as suas afirmações a respeito da *cultura do dinheiro* e de sua lógica cultural. Refletimos, ainda, as teorias críticas culturais

² Terminologia utilizada por Mário Maestri (MAESTRI. *Por que Paulo Coelho teve sucesso*, 1999).

embasadas em Silvano Santiago (2004), Eneida Maria de Souza (2003), Silvia Borelli (1996), Teixeira Coelho (2007) entre outros, para dar suporte às nossas hipóteses.

Ainda no primeiro capítulo, selecionamos o livro *O alquimista* (1988), de Paulo Coelho, como representante máximo da nova lógica articuladora do mercado e da literatura, por ser um exemplo de produção aceita em toda parte do globo e por retratar, textualmente, as novas configurações e padrões de aceite por parte de um novo público leitor. Aqui, observamos, também, o contexto mundial de seu surgimento (1988) e o correlato ideológico de sua mensagem. *O alquimista* se configura como a linha tênue que nos interpela a rediscutir a oposição entre literatura e mercado. A leitura deste livro conclama-nos a uma releitura calcada em outras bases, além da literária.

Para isso, nos servimos da teorização crítica de Teixeira Coelho (2007) sobre a indústria cultural, dos estudos sobre *marketing* cultural, de Roberto Muylaert (1995) e das análises de José Mendes Candido de Almeida (1994) sobre as relações entre a arte e o capital. Observamos do entrelaçamento entre arte, cultura, *marketing* cultural e capital uma linha de procedimentos que vai culminar nas estratégias editoriais para vender determinados produtos e marcas. Desse emaranhado universo livreiro e editorial surge Paulo Coelho e sua literatura. Criatura e criador se fundem e parecem confundir as fronteiras ou as teorias que se limitam tão somente a uma faceta da história.

No segundo capítulo de nosso trabalho, intitulado *A recepção crítica de Paulo Coelho*, tratamos da recepção crítica das obras do autor, da sua acolhida pelos resenhistas, por alguns críticos acadêmicos e por seus pares. Neste capítulo, selecionamos material crítico pertinente à nossa proposta que é a de perceber de que forma Paulo Coelho e sua literatura são inquiridos pela crítica. Nosso objetivo foi o de elucidar os limites da crítica – parte dela – em relação à obra coelhiana. Do apanhado de opiniões, concluímos que parte da crítica literária simplesmente menospreza a produção coelhiana; a outra conhece parcialmente as obras e julga o texto pela parte conhecida.

O terceiro capítulo, *Memória e autobiografia: aproximação à obra de Paulo Coelho* trata da confluência vida e obra como aspectos complementares da produção coelhiana. Aqui, tratamos do percurso histórico-biográfico do escritor e das marcas que este deixou em sua escrita. A partir dos conceitos de memória e autobiografia desenvolvidos por teóricos e ficcionistas do porte de Ricardo Piglia (1994) e Eneida Maria de Souza (2003) fizemos um paralelo com a literatura de Coelho, ressaltando a possibilidade de o escritor carioca trabalhar

em seus livros uma memória cultural *pop*, massificada e mesclada a referências e crenças pessoais.

Servindo-nos da teoria de Denílson Lopes, em seu livro *A Delicadeza* (2007), sugerimos a hipótese de que estudar o cotidiano, as manifestações midiáticas ou populares são mais do que compreendê-las e perceber a sua estética, é valorar positivamente todas as construções do imaginário como sendo dignas de análise, passíveis de discussão e relativamente útil no universo das práticas humanas. De Denílson Lopes a Eneida Maria de Souza, apreendemos que se pode usar a palavra escrita para perceber para além dela.

Esse além da escrita pode ser visto nos livros de Paulo Coelho. Seja “o clima da época”, seja o desejo de retornar ao passado mítico em que boa parte dos seres humanos tateava respostas metafísicas para seus dilemas existenciais. Assim, valorando devidamente estas facetas da literatura do escritor carioca, procuramos elaborar um trabalho que leva em conta que a escrita do autor é também sintomática e reflete aquilo para o qual ela foi feita, ou seja, a literatura coelhiana é sobrecarregada das dúvidas e inquietações primárias não resolvidas (crenças e superstições) e alçadas à categoria de dilemas universais. Desse modo, percebemos o sujeito escritor e o seu perfeito correlato: o sujeito leitor. Ambos encontrando-se e reencenando o mesmo ato ritualístico a cada novo livro. O autor se dá inteiro para compartilhar suas vivências e o leitor se encanta com essa forma de sacrifício no qual ele não tem de “sujar as mãos”.

Da teoria psicanalítica de Rosemary Arrojo (1993), observamos a ideia de a escrita e a leitura operarem como uma forma de fetichismo. Esse conceito foi de particular importância para percebermos o que se esconde por trás do significante, no nível do significado. De lá apreendemos que a escrita de Paulo Coelho nos revela mais do que o que está escrito. A escrita coelhiana trabalha os desejos e os sonhos de seu autor e, por extensão, de seus leitores.

Então, neste capítulo, investigamos a possibilidade de a literatura de Paulo Coelho ser autobiográfica, à medida que o escritor constrói a sua poética, baseando-se na sua experiência histórica e literária. Aqui conjecturamos a possibilidade de o autor trabalhar a memória da forma como ela é vista no cotidiano das pessoas, ou seja, a memória dos meios de comunicação de massa com seu repertório exótico e positivo, tendendo para o informacional. Importa observar, porém, que este trabalho apenas levanta hipóteses textuais (enredo e *leitmotiv*) e extratextuais (leitores e ideologias) que alçam *O Alquimista* à categoria de *best-seller* e, de certa forma, ao menosprezo de muitos eruditos e intelectuais acadêmicos.

CAPÍTULO I

A CULTURA *POP* E A LITERATURA DE PAULO COELHO

Cultura *pop* é uma nova maneira de denominar aquilo que os frankfurtianos chamavam de Indústria Cultural. É um nome menos preconceituoso. A ideia é que os meios de comunicação estão criando a cultura de nosso tempo – uma cultura nem melhor, nem pior que a do passado. Uma cultura mais rápida, talvez.

1.1 Cultura *pop*: um campo a ser explorado

Ao pensarmos em um título para o nosso objeto de estudo, deparamos com um problema: que nome se dá a um objeto de estudo que é minimamente estudado e sobre o qual pairam dúvidas a respeito de sua produção ser merecedora de crédito? Uma vez superada a questão sobre ser ou não ser Literatura a obra do escritor Paulo Coelho (visto que as obras literárias não são puras e reduzidas a um único conceito e atualmente já se falar em literaturas) relacionamos a obra ao seu contexto de surgimento e afirmação dentro do quadro da indústria cultural. Por ter nascido no seio de tal indústria e depender de toda sua maquinaria para seu sucesso, optamos por classificá-la de literatura *pop*, seguindo a indicação de Moriconi:

Se tomarmos o pop como um termo referente ao que o marxismo chamaria de superestrutura, deve-se enfatizar que a cultura no caso é um capitalismo de consumo. O *pop* é aqui definido em função de uma certa estrutura técnica que define

a circulação de cultura. E a cultura técnica é simultaneamente estrutura social, estrutura psicossocial.³

Analisamos a literatura - com ou sem adjetivação - de Paulo Coelho enquanto estrutura, e procuramos perceber as peças que compõem seu mosaico.

No mundo dos homens e das letras, as convenções imperam no sentido de estabelecer hierarquias e atribuir valores, por isso, as classificações para fins de estudo das escolas literárias e dos movimentos artísticos irrompem em nossa abordagem e estabelecem a chave de leitura de seus respectivos códigos. Não é o objetivo deste trabalho contribuir para segmentar ainda mais o campo das letras e das leituras. O presente trabalho pretende ler a obra *O alquimista*, do escritor Paulo Coelho, a partir de sua própria esfera que é heterogênea, fugaz e consensual, no que se refere ao entretenimento cultural contemporâneo. Portanto, não efetuaremos uma leitura deslocada da obra e sim uma leitura atravessada pelo confronto teoria/objeto o qual servirá para fazer saltar as diferenças e as semelhanças que operam e se chocam no mundo cultural.

Entre os muitos livros e manuais cujo tema é “por que ler” e “por que não ler” determinado autor, três são dedicados à obra de Paulo Coelho.⁴ Salvo a grande contribuição que tais estudos possibilitam no rol da sempre fechada crítica academicista, eles ainda ficam devendo uma análise menos parcial em face da obra e do autor.

Nesse trabalho partimos do pressuposto de que nenhuma obra, de arte ou não, possui um significado fixo e determinado. Ao contrário, é precisamente o seu caráter polissêmico que demonstraremos. Desse modo, chamaremos de literatura *pop* para, como já explicamos, possibilitar o seu estudo. Cabe lembrar que o *pop* do qual falamos não é o conhecido e canônico dos anos 60, o qual se liga invariavelmente às figuras de artistas precursores como Andy Warhol e Duchamp, escritores como Jack Kerouac e Charles Bukowsky e o poeta Allen Ginsberg. O *pop* sobre o qual tratamos baseia-se na cultura do mercado, das mídias; em suma, no universo que fabrica modas e ídolos, efêmeros ou não, o qual, por sua vez, fornece as bases para: “(...) gerar narrativas e sedutoras ficções, estranhas ao paradigma literário tradicional ou à memória proustiana, mas que se acham vinculadas ao imaginário popular de grande parcela de leitores”.⁵ O que nos interessa não é só o que determinada manifestação cultural tem em

³ MORICONI. *A problemática do pós-modernismo na literatura brasileira: uma introdução ao debate*, p. 5.

⁴ Refiro-me aos livros *Por que não ler Paulo Coelho* de Janilto Andrade, *Por que Paulo Coelho teve sucesso*, de Mário Maestri, e *Os dez pecados de Paulo Coelho*, de Eloésio Paulo.

⁵ Ver SOUZA. *Crítica cult*, p. 82.

comum com outras, mas também aquilo que marca sua diferença. Optamos por ler a insuficiência do conceito de literatura *pop* na visão de Luis Rebinski Junior:

Ao invés de se falar em “literatura *pop*”, o mais correto seria dizer que há autores que incorporam elementos da cultura de massa em sua literatura, fazendo disso uma característica narrativa – o que, volto a repetir, não é exclusivo de autores contemporâneos que cresceram com um olho na televisão e outro no computador. O que os ditos autores “pop” escrevem – se o fazem realmente com presteza e habilidade – é literatura, apenas isso. O que não quer dizer que criam algo novo.⁶

Nosso objetivo aqui é analisar a obra enquanto produto de uma determinada realidade planetária que não se molda pelas teorias construídas a partir de lugares que impõem conceitos rígidos e, muito menos, desloca o objeto de estudo de seu nascedouro e das condições sociais, culturais e políticas que influenciaram a sua gênese. Nosso estudo visa, sobretudo, construir uma ponte teórica que possibilite transitar entre as teorias críticas e o mundo da cultura midiaticizada, com ganhos teóricos que conclamem um possível diálogo e reclamem da forma como ele tem sido conduzido até o momento.

Nesse viés, é consenso que a arte não se limita à mera descrição da realidade social, mas é constitutivo do artista interpretar essa realidade através de sua visão de mundo e de manifestar suas concepções político-ideológicas, temos de concordar que muito do que se produz atualmente em matéria de arte/literatura não foge da representação pura e simples do cotidiano; no entanto, a concepção política e ideológica está patente seja no produto bem acabado da pena, seja na escrita sectária ou panfletária. A diferença, quando há, está entre os muitos níveis de arte, uma vez que representar o cotidiano pode ser uma forma de acatá-lo e aceitá-lo tal e qual ele se encontra – como é o caso da literatura considerada de massa - discordando de fatores pontuais para os quais se pede apenas um olhar ligeiro, sem aprofundamento crítico.

Nesse sentido, parece redutor classificar obras e gêneros em menores ou maiores, levando-se em conta a inovação da linguagem, a ruptura com a tradição ou o diálogo com a tradição, quando o fundamental é sua interpretação da realidade por meio de sua visão política e ideológica. Se há algo que mereça classificações são as visões políticas e ideológicas veiculadas por determinadas formas de arte, sejam elas massivas ou eruditas. Nessa linha, é interessante a afirmação da escritora portuguesa Margarida Rebelo Pinto⁷, para a qual “a literatura *pop* significa a massificação de um consumo que era elitista”. Assim, a literatura

⁶ JUNIOR. *Literatura Pop: um gênero que não existe*, p. 01.

⁷ Apud SOROMENHO; RAINHO. “Sempre soube que ia ter sucesso” In: *Revista Única, jornal Expresso*, 15 de fevereiro de 2003, p. 32.

que dialoga com a “Indústria Cultural”, a indústria cultural que massifica, padroniza e, querendo ou não, divulga o livro, a leitura, o conhecimento, inflige um hábito, um modo de pensar e enxergar o mundo que também está ancorado em conceitos de linguagem, de ruptura e tradição dentro de suas esferas.

O escritor e ensaísta Gian Danton, em seu artigo intitulado “*Cultura pop*”, refere-se a algumas características que, para ele, definem uma cultura *pop*. Segundo Danton, tal cultura teria as seguintes características: apresentar uma leitura crítica do mundo, ter um conteúdo arquetípico e ser provocadora. De acordo com Danton, “tais características possibilitam com que embora passe pelos mesmos mecanismos de reprodutibilidade técnica, a cultura *pop* se diferencie da média do que chamamos de indústria cultural”.⁸

Assim, a cultura *pop* inclui desde os telejornais e as suas notícias fabricadas, passando pelas reivindicações televisivas dos direitos humanos, até a adoção em massa de seu cronograma e de suas exigências. Daí percebermos o conceito dinâmico de cultura, independente de sua adjetivação. A cultura *pop* e sua concretização na literatura, nos filmes, músicas e atitudes, surgem mediadas pela indústria cultural, mas não se limita somente às suas regras, ou seja, há um superar-se a si mesma, nem que seja em quantidade. Essa problemática explica o constante desentendimento entre a literatura dita erudita, a literatura considerada popular e a considerada de massa. Se a primeira procura os aspectos mais conflitantes da vida individual e social, a segunda limita tais aspectos por meio da valorização exclusiva de um ponto de vista ou de uma aparência. O que aproxima uma da outra é o fato de o escritor querer ser lido por um grande número de leitores e ambos se servirem das mais variadas formas de cooptação.

1.2 *Cultura e Indústria Cultural: a cultura sob demanda*

Nós homens intercambiamos objetos para satisfazer necessidades que fixamos culturalmente, para integrarmo-nos com outros e para nos distinguirmos de longe, para realizar desejos e para pensar nossa situação no mundo, para controlar o fluxo errático dos desejos e dar-lhe constância ou segurança em instituições e rituais. Dentro dessa multiplicidade de ações e interações, os objetos têm uma vida complicada. Em certa fase são apenas candidatos a mercadorias, em

⁸ Ver DANTON. *Cultura pop*. Disponível em < <http://digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=724>> Acesso em 28 de março de 2010.

outra, passam por uma etapa propriamente mercantil e em seguida pode perder essa característica e ganhar outra.

CANCLINI. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*, p. 91.

No livro *A cultura do dinheiro* (2001), Jameson reúne uma seleção de ensaios sobre a cultura em um mundo globalizado. Escrito do ponto de vista materialista, o autor tenta mostrar as conexões entre a cultura e a economia num tempo de mercantilização avassaladora. De acordo com Jameson⁹, a produção das mercadorias se tornou um fenômeno cultural, “no qual se compram os produtos tanto por sua imagem quanto por seu uso imediato”. Assim, a imagem que os outros fazem dos produtos passou a influenciar a nossa decisão de compra.

O crítico nos alerta não só para a mercantilização da estética, da arte e da literatura, como também das ideias, das emoções e até da vida privada, com “a transformação do cultural em econômico e do econômico em cultural”.¹⁰ Nesse processo de transformação, alguns bens simbólicos como os livros passaram a gravitar na esfera da produção acelerada e do consumo conspícuo, sendo que os mesmos em épocas anteriores tinham seu regulamento na questão da classe social a que se pertencia ou na ideologia a que se pregava. Os livros deixaram de ser, por um lado, um fenômeno de distinção de classe e adquiriu o *status* de objeto, entre outros.

A partir daqui faremos um breve histórico da trajetória da arte, desde os dias do mecenato até a relativa liberdade do mercado. Por meio desta retrospectiva, procuramos ligar a arte e a literatura à historicidade dos conceitos. Se para muitos a literatura e a cultura são objetos diferentes, aqui ressaltaremos o solo comum em que ambos os conceitos se sedimentam: a prática social.

O mecenato foi a primeira forma de obtenção de recursos para a produção cultural. A expressão mecenato vem de Mecenas, ministro do imperador romano Caio Augusto entre 30 a.C. e 10 d.C. Durante 40 anos foi o responsável pela aproximação do Estado Romano com os pensadores, filósofos e artistas. Mecenas criou no Império Romano a maneira grega de se pensar o poder, para os quais é dever do Estado promover o conhecimento e as artes.¹¹ Os governantes, ao promoverem as artes, queriam se eternizar, entrar para a história como grandes benfeitores. Um segundo momento surge no início do Renascimento quando aparece

⁹ JAMESON. *A cultura do dinheiro*, p. 22.

¹⁰ JAMESON. *A cultura do dinheiro*, p. 50.

¹¹ Ver ALMEIDA. *A arte é capital*, p. 12.

a figura do mecenas na Europa, especialmente na Itália, que se destacava nas navegações e consequente acúmulo de capital.

O terceiro momento da atuação do capital privado no suporte à cultura aparece na virada do século XX, nos Estados Unidos. O crescimento econômico advindo da transferência de capital da Inglaterra e da indústria do petróleo, da indústria automobilística e de negócios bancários, fez com que pessoas que estavam gerando suas próprias fortunas, mas que não tinham prestígio social, encontrassem no apoio às artes uma forma de se legitimarem perante aquela sociedade.

A característica básica desse mecenato é que ele se fez por decisões pessoais, sem considerar a questão mercadológica. Mas o grande motivador do mecenato contemporâneo é o incentivo tributário.

Já o Estado, outro patrocinador da cultura até o final do século XVIII, caminhou paralelo à figura do mecenas. Essas duas forças se confundiam, inclusive, pelas ações da Igreja. O Estado, a Igreja e as grandes famílias dividiam a estrutura e os mecanismos de poder. A partir do século XX, o Estado figura-se isolado no poder e sua atuação na área cultural é política, ideológica e visa resultados de imagem em benefício próprio.

No Brasil, a ação do Estado como promotor da atividade cultural começou a partir da Revolução de 30, no governo de Getúlio Vargas, por meio do Ministro da Educação e Saúde Gustavo Capanema, que levou para o Ministério, Carlos Drummond de Andrade, Portinari, Villa-Lobos e Cecília Meireles. Havia a intenção de formular um projeto de política cultural brasileira. Não há como pensar que a atuação do Estado na cultura não se dê de forma política. E aí está o risco de comprometer o fundamental no processo de criação, que é a liberdade.

A última forma de captação de recursos supracitada é a receita direta, ou seja, a capacidade que o projeto cultural tem de gerar recursos internamente, sem precisar do Estado ou de um mecenas. A dependência é de seu consumidor, que paga a entrada do teatro, do cinema, de um show ou compra uma obra de arte. Essa forma de arrecadação, no Brasil, esbarra na existência de um universo restrito de consumidores de cultura. Dados do IBGE informam que 5% da população brasileira economicamente ativa e 2% da população total brasileira são consumidores regulares de cultura.¹² Como se sabe, é baixo o índice de consumidores de cultura no geral. Isso nos faz cogitar que a propaganda, o *marketing* e a acessibilidade dos produtos culturais, além da situação econômico-cultural de um povo, é que

¹² Ver ALMEIDA. *A arte é capital*, p. 14.

possibilitam o seu consumo, a sua fruição. Por esse motivo - reduzido mercado de consumidores culturais - e pelo caráter pessoal do mecenato que também está na dependência de incentivos tributários, e pela atuação do Estado que pode restringir a liberdade de criação, é que surge o *marketing* cultural como uma alternativa para o produtor cultural, que pode oferecer às empresas, instituições e às pessoas a oportunidade de um investimento financeiro, emocional ou psicológico.

Nessa esfera, entram os produtores de cultura alternativa, ou mesmo da cultura mercantil com seu investimento próprio e calculado, visando a lucros imediatos, reconhecimento público ou científico. Figura exemplar nesse quesito é o escritor Paulo Coelho¹³ que adentrou o mundo editorial pela porta do fundo, numa pequena editora carioca o autor fez todo o trabalho de divulgação; investimento na própria obra e, atuando à margem das grandes editoras, vendeu mais de quarenta mil cópias do exemplar do seu primeiro sucesso editorial, *O diário de um mago* (1987).

Os cientistas sociais referem-se à cultura como o modo de vida de um povo, em toda sua extensão e complexidade (estrutura social no campo das ideias, das crenças, dos costumes, das artes, da linguagem, da moral, do direito, dentre outras), que se reflete na forma de agir, de sentir e de pensar no que se refere à organização social em constante transformação.

Hoje, comumente, cultura refere-se às atividades nos campos da arte, da literatura, da música, do teatro, da dança, ou qualquer outra manifestação que expresse uma forma de organização social, mantendo suas raízes, como também num permanente intercâmbio de experiências e realizações, para Muylaert¹⁴ “O conceito (...) de cultura, regional e caracterizante, passa a ter um sentido universal e pleno, pressuposto que leva a considerar um povo culturalmente avançado aquele que tem acesso ao conhecimento e à informação”.

É questionável falar em povo culturalmente avançado aquele que tem acesso ao conhecimento e à informação. De certo, uma sociedade informada tem uma melhor capacidade de questionar a sua realidade e, dessa forma, ter instrumentos para tentar levar adiante as mudanças necessárias para seu progresso.

Esse pensamento, que é lógico e coerente, pode levar a um equívoco, quanto à inexistência de cultura no segmento marginalizado da sociedade. O que ocorre é o surgimento de culturas híbridas em que prevalecem os traços de determinada classe dominante. Dessa

¹³ Ver MORAIS. *O Mago*: biografia de Paulo Coelho, p. 470.

¹⁴ Ver MUYLAERT. *Marketing cultural*: comunicação dirigida, p. 18.

forma, ao se falar em cultura erudita e cultura massiva esquece-se do fator fundamental que é a permeabilidade e o devir humano, que é sempre um processo. Por isso, a questão da cultura está em aberto, especialmente quando se trata da tão mal vista cultura de mercado. Para Almeida;¹⁵ “A cultura enquanto experimento pesquisa a linguagem, flerta com o novo, discute o estabelecido, subverte e choca”. Já para Stuart Hall (2003), a cultura “não é apenas uma viagem de descoberta, uma viagem de retorno. Não é uma “arqueologia”. A cultura é uma produção. Tem sua matéria-prima, seus recursos, seu trabalho produtivo”.¹⁶

No âmbito da indústria cultural, a noção é de produto e a estratégia é de mercado. CDs, canetas, sapatos e livros: todos valem quanto vendem. A esse respeito, vale conferir o que afirma Vânia Correia Cafeo:

Uma coisa é certa: se a produção literária vale quanto vende, ela vende porque seu valor está alicerçado sobre a satisfação do leitor e seu encontro com um mundo que, cada vez mais, responde aos seus anseios e lhe oportuniza um espaço que antes lhe era negado. Por isso é que o peso do mercado vai nos mostrar que, bem ou mal, um livro vale quanto vende, e ponto final.¹⁷

De acordo com Bars¹⁸ (2008), o mercado cultural ou literário é dotado de leis e mistérios. As leis se referem às regras do jogo, os mistérios referem-se à competitividade e ao lucro.

Segundo a Câmara Brasileira do Livro¹⁹ (CBL, 2008), o brasileiro lê 1,8 livros por ano, mas se o universo for uma população que efetivamente lê, chega-se a um índice de 4 livros por ano. Cerca de 80% das vendas são livros de literatura. Os números mostram um mercado em amadurecimento. Desde 1990 até 2001, o número de títulos publicados anualmente praticamente dobrou e o faturamento das editoras passou de R\$ 1 bilhão. De acordo com a CBL, ao todo são cerca de 500 editoras para 700 livrarias e 2.500 postos de venda alternativos no país. O público consumidor ativo nesse segmento de mercado é de apenas 17 milhões de pessoas alfabetizadas, com idade superior a 14 anos, ou seja, menos de 10% da população brasileira (180 milhões de habitantes).

A grande questão acerca da indústria cultural compreende a ética: os produtos são bons ou maus para o homem, adequados ou não ao seu desenvolvimento? Aqui, pensamos o consumo como um mapa, na esteira do que afirma Jesús Martín-Barbero (2003):

¹⁵ Ver ALMEIDA. *A arte é Capital*, p.29.

¹⁶ Ver HALL. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*, p. 43.

¹⁷ Ver CAFFEO. *À margem da Academia, no centro do sucesso: uma receita à moda Paulo Coelho*, p. 37.

¹⁸ Ver BARS. *Paulo Coelho: mito e mercado - bruxo x bruxo e a alquimia do sucesso*.

¹⁹ Ver (CBL) Câmara Brasileira do Livro. *Estatísticas do mercado cultural*.

Um mapa que sirva para questionar as mesmas coisas - dominação, produção e trabalho - mas a partir do outro lado: as brechas, o consumo e o prazer. Um mapa que não sirva para a fuga, e sim para o reconhecimento da situação das mediações e dos sujeitos.²⁰

Esta é uma questão totalmente impositiva para ser colocada de lado. Segundo Coelho²¹ (2007), a indústria cultural é um daqueles objetos de estudo que se dá a conhecer para as ciências humanas antes por suas qualidades indicativas, ou aspectos exteriores, do que por sua constituição interior, estrutural. Assim, um dos traços indicativos da indústria cultural é a ética, que deve ser posta em prática por essa indústria.

De acordo com Coelho (2007), a indústria cultural, os meios de comunicação de massa e a cultura de massa surgem como funções do fenômeno da industrialização. É esta, por intermédio das alterações, que determina um tipo particular de indústria (a cultural) e de cultura (a de massa), implantando numa e noutra os mesmos princípios em vigor na produção econômica em geral: o uso crescente da máquina e a submissão do ritmo humano de trabalho ao ritmo da máquina; a exploração do trabalhador; a divisão do trabalho.

De acordo com Martín-Barbero (2003), não se pode isolar o que é massa do que não é nessa sociedade atual:

O massivo, nesta sociedade, não é um mecanismo isolável, ou um aspecto, mas uma nova forma de sociabilidade. São de massa o sistema educativo, as formas de representação e participação política, as organizações das práticas religiosas, os modelos de consumo e os usos do espaço.²²

Estes são alguns dos traços marcantes da sociedade capitalista liberal, em que é nítida a oposição de classes e em cujo interior surge a cultura de massa. No entanto, cumpre atentarmos ao fato de que não é tão simples, ou não poderia ser, julgarmos a indústria da cultura de forma peremptória. Em relação a isso, vale conferir a afirmação de Vânia Correia Cafeo (2009):

Quanto à massificação de informações pela indústria cultural não parece prudente delimitarmos, previamente, o que seja bom ou ruim, visto que o implícito nessa questão acaba por tornar-se subjetivo: o que é bom para um pode não o ser para outro, o que um adepto da cultura de massa busca como conhecimento pode não ser o que um simpatizante da alta cultura julgue como tal, dentro dos padrões estéticos daquilo que cultua como necessário para a elevação do intelecto.²³

²⁰ MARTÍN-BARBERO. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, p. 299.

²¹ Ver COELHO. *O que é Indústria Cultural*, p. 12.

²² MARTÍN-BARBERO. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, p. 310.

²³ CAFEO. À margem da Academia, no centro do sucesso: uma receita à moda Paulo Coelho, p. 56-57.

Segundo uma visão tradicional e simplificada, a cultura, quando produzida em série, industrializada, para a massa, passa a ser vista como um instrumento de sedução e coerção, como produto trocável por dinheiro e que deve ser consumido da mesma forma que se consome qualquer outro produto disponível nas prateleiras dos mercados. Torna-se, portanto, uma cultura perecível. No entanto, essa constatação não deve ser motivo para que os pesquisadores a condenem de antemão. Disso advém que os preconceitos podem ser minados no próprio campo cultural dos pesquisadores e estudiosos, uma vez que a cultura é dinâmica, conforme nos adverte Sílvia Helena Simões Borelli:

Esta, por sua vez, deve ser entendida como sistema total que envolve aspectos materiais, espirituais e modos de vida. Mais que sistema total resultante de simples somatória de traços particulares, a globalidade da cultura pressupõe a existência de novas articulações de subjetividades: proclama a existência de novo sistema cognitivo, capaz de reinterpretar, reciclar, restituir, resgatar. Nesse contexto, o papel do receptor, leitor ou expectador não pode ser encarado como passivo, iludido ou alienado.²⁴

Dwight MacDonald²⁵ afirma a existência de três formas de manifestação cultural: superior, média e de massa. É importante observar que, neste caso, a cultura de massa é entendida como uma cultura ‘inferior’, o que não é o caso. A cultura média, do meio, é designada também pela expressão *midcult*, que remete ao universo dos valores pequeno-burgueses; e a cultura de massa não é por ele chamada de *mass culture*, mas sim, pejorativamente, de *masscult* – uma vez que, para ele, não se trataria nem de uma cultura, nem de massa.

Não é simples distinguir claramente entre *midcult* e *masscult* e a cultura “superior”. Para MacDonald, (*apud* Coelho) ao constatar a distinção entre os níveis culturais, não se devia concluir por uma atitude de censura contra a cultura de massa e a indústria cultural pelo fato de serem responsáveis por produtos de pouco ou nenhum valor cultural.

O crítico ressalta que, para MacDonald, talvez fosse até possível afirmar que a *masscult* teria, em sua banalidade, força e motivação histórica profundas, responsáveis por um dinamismo capaz de fazê-la romper as barreiras de classes sociais e culturais, além de colocar as bases de uma instável, precária e discutível, mas democrática comunidade cultural. Uma comunidade desinteressada de referir-se o tempo todo à cultura superior, ao contrário do que ocorre com a *midcult*, e por isso mesmo capaz, eventualmente, de vir a produzir sua forma de cultura superior.

²⁴ BORELLI. *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*, p. 188.

²⁵ MACDONALD, *apud* COELHO. *O que é indústria cultural*, p.14.

Nessa perspectiva, é a *midcult* que surge como subproduto da indústria cultural. De acordo com o estudioso, nesse processo, ela se diferencia da *masscult*:²⁶

a) Por: tomar emprestado procedimentos da cultura superior, desbastando-os, facilitando-os;

b) Por usar esses procedimentos quando eles já são notórios, já foram ‘consumidos’;

c) Por rearranjá-los, visando à provocação de efeitos fáceis;

d) Por vendê-los como cultura superior e, por conseguinte, tentar vencer o consumidor que teve uma experiência com a ‘verdadeira cultura’, num processo que o tranquiliza e substitui, em sua mente, outras inquietações e indagações que possa ter.

Apesar de bem articuladas, as definições deixam entrever um laivo de revolta acrítica contra a indústria da cultura. Melhor seria pensar a questão entre culturas no rastro do que postula Andreas Huyssen:

As fronteiras entre a alta arte e a cultura de massas se tornaram cada vez mais fluidas, e devemos começar a ver este processo como uma oportunidade, ao invés de lamentar a perda da qualidade e a falta de ousadia.²⁷

Teixeira Coelho nos adverte que é importante observar que as atuais sociedades, se desejarem caminhar de fato para uma democracia em todos os domínios, inclusive cultural, talvez não possam colocar de lado a ideia de que a cultura, atualmente, como produto e, enquanto produto, não pode evitar (ou não precisa evitar) o modelo industrial, pelo menos sob alguma de suas formas – e com algumas de suas inconveniências. Nesse quesito, convém atentar ao que afirma Vânia Correia Cafeo (2009):

A indústria cultural, com seus proveitos e mazelas, é resultado da formação de uma sociedade e de um novo homem voltado para o consumo em que ele próprio é a figura mais contestada pelos hábitos que tem cultivado para si ou oferecido a outros. Quando a crítica generaliza o comprometimento da indústria cultural com os produtos de entretenimento julgados negativos, vale lembrar que o que merece ser criticado não é a própria indústria cultural, mas o sistema a que ela deve explicações e obediência.²⁸

Assim, o trabalho crítico-cultural poderia pautar-se pela iniciativa de classificação e comparação entre os diversos produtos dessa indústria, que servissem para contestar ou legitimar seus usos. Em vez de se falar em subordinação e exclusão, poderia se pensar em

²⁶ Ver COELHO. *O que é indústria cultural*, p. 19.

²⁷ HUYSSSEN. *Memórias do modernismo*, p. 11.

²⁸ CAFEO. À margem da Academia, no centro do sucesso: uma receita à moda Paulo Coelho, p. 56.

complementação. Muitos não compreendem, no entanto, que a cultura é multifacetada e que o fato de uma determinada cultura de mercado estar permeando a vida social não significa que ela seja totalitária. Isso ocorre porque não procuram entender que a cultura de massa possui seus limites. Com efeito, não há razão para usar a cultura popular e a erudita no combate à cultura de massa, dita também como cultura *pop* (denominação que se pretende pejorativa). Aqui, cabe a assertiva de Silvia Borelli (1996) a respeito das distinções entre os níveis de cultura na esfera literária:

Parece claro, do ponto de vista teórico e metodológico, que o embate entre literaturas, paraliteraturas, contraliteraturas faz parte do debate e da luta inerente a todo e qualquer campo cultural. Entretanto, a forma por ele assumida é que deve ser superada; a persistência na recusa e na negação só tende a estrangular e empobrecer a reflexão sobre o papel da cultura e da literatura em sociedades modernas.²⁹

A pesquisadora compreende que deve ocorrer o embate entre os conceitos, mas salienta que a maneira com que foram e estão sendo feitos é que deve ser superada. Por isso, se torna oportuno estudar criticamente e tentar compreender os “fenômenos” derivados da indústria cultural. A sua condenação *a priori* deixa entrever o desconhecimento e o preconceito. Conforme Vânia Correia Cafeo (2009):

Diante das complexas questões presentes nos debates culturais e partindo da constatação de que o espaço dedicado ao estudo das literaturas de massa é ínfimo, ou literalmente nulo, é que sentimos a necessidade de discutir essa realidade a fim de contextualizá-la, passando a considerar os objetivos pensados para as obras, o gênero a que pertencem e seu funcionamento textual, o que significa compreendê-las dentro do sistema de valores em que foram criadas.³⁰

Segundo Coelho (2007), é fácil esquecer, então, que, se Rembrandt pintava um grupo de comerciantes ao redor de uma mesa num ambiente claro-escuro, era porque aquela era a realidade de sua época. Em contrapartida, atualmente, será, por exemplo, um grupo de mecânicos e frentistas reunidos num posto de gasolina ao redor de um caminhão *Ford*. É importante ressaltar que negar esta visão e a cultura dela decorrente é querer amputar a vida contemporânea de parte importante de seus momentos significativos. E, antes de tudo, querer continuar preso aos modelos do passado.

Nesse sentido, é possível pensar numa aliança entre a cultura popular e os veículos da cultura *pop*, que são os da indústria cultural. Mas, para isso, é preciso superar os preconceitos e abrir espaço para o novo. Caso se possa falar na lógica da indústria cultural, ela

²⁹ BORELLI. *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*, p. 48.

³⁰ Ver CAFFEO. À margem da Academia, no centro do sucesso: uma receita à moda Paulo Coelho. In: NOLASCO; RORATO. *Literaturas invisíveis: ficção científica, auto-ajuda e cia*, p. 45-56.

não é tão simples como pode parecer, e não se limita apenas à indução da compra de determinados bens (o fenômeno da manipulação), mas ao fato de qualquer coisa poder ser convertida ao serviço dos bens e transformada em mercadoria, esta pode ser produzida, distribuída e consumida.

De acordo com Joris Vlasselaers (1998), a “mercantilização não é mais uma mancha a estigmatizar, com inferioridade cultural, práticas e formas de arte popular. Nem podemos nos ater a correlações lineares de cultura e classe”.³¹ Ao estendermos esse postulado à cultura de massa perceberemos, ainda, que a mercantilização é um fator que temos de levar em conta se não quisermos fazer análises reducionistas.

1.3 A alquimia do mercado

No circuito do mercado, conceito e valor da literatura partem de uma visão que podemos chamar de utilitária ou instrumental: a literatura serve para alguma coisa - entretenimento. E o entretenimento é útil não só porque ajuda a repor força de trabalho, mas porque pode trazer ensinamentos e abrir a cabeça do sujeito em formação.

MORICONI. *Circuitos contemporâneos do literário*, p. 03-04.

De acordo com estudos recentes, o mercado livreiro aumentou consideravelmente. No ano de 2006 movimentou a quantia de três bilhões de reais, totalizando 310 milhões de livros vendidos no Brasil. Encimando essas cifras vem o comumente chamado *best-seller*, aqueles livros que são editados em larga escala e consumidos rapidamente. De acordo com os pesquisadores Luiz Maurício Azevedo e Antônio Carlos Hohlfeldt³² da PUC-RS, o *best-seller* configura-se como o momento em que duas instâncias distintas (indústria e cultura) se chocam com violência. Por isso, a crítica literária tem dificuldade em compreender que a hegemonia da literatura de massa está diretamente ligada à sofisticação do capitalismo. Segundo estes pesquisadores, o que possibilita essa aversão é o fato de que se tornou impossível negligenciar a evidência de que o livro é um objeto de consumo. De acordo com Azevedo e Hohlfeldt, a literatura não perde espaço, ela fica ampla ao aceitar outras

³¹ Ver VLASSELAERS. Tecnologia mediática e inovação literária.

³² Ver AZEVEDO; HOHLFELDT. A influência da mídia eletrônica na produção do atual best-seller brasileiro.

manifestações escritas. Portanto, *best-seller* não é uma categoria de obra, mas uma circunstância socioeconômica que está em maior ou menor grau ligada à sua gênese.

No Brasil sempre houve um distanciamento entre leitor e livro, propiciado por, entre outros fatores, o preço do livro, a falta de incentivo à leitura, uma distribuição ainda precária e o número elevado de analfabetismo funcional. Com esses dados é possível imaginar que a leitura não fará mais parte do gosto do brasileiro. Engano crasso, pois certas categorias de leitura continuam a permear a vida do leitor. Se antes eles leram menos, hoje os que leem têm uma gama maior de variedades no supermercado transnacional das literaturas. É nesse sentido que Marisa Lajolo afirma que:

Como nas redes de *fast-food*, que oferecem variações dos sempre mesmos hambúrguers e refrigerantes, o cardápio literário do século XX é internacional. A globalização não é mera fantasia e mais do que nunca a literatura brasileira está no mapa do mundo.³³

Tomando a citação anterior ao pé da letra, poderíamos depreender o sentido de pluralidade da literatura, uma vez que para Lajolo, no entanto, não é questão de qualidade. A crítica equipara a produtividade como mera repetição. Ao atentarmos para o caráter básico de uma mercadoria que é o de ser produzido e consumido, podemos supor ser a literatura sempre uma demanda.

Cabe-nos, entretanto, atentar para a problemática brasileira e perceber que a produção literária contemporânea que é heterogênea, complexa, em muitos casos ajuda a pensar as diversidades e, por outro lado, parece estar no ritmo do mercado, vendendo muito. Então, se o livro é um produto de consumo e se a literatura brasileira está no mapa do mundo, cabe a nós pensarmos em estratégias para elevar as problemáticas brasileiras à estatura de seu alcance no mundo da leitura. Sendo assim, nossa ficção poderia estar imbuída daquilo mesmo que a redimiria. Estamparíamos, em nossas letras, as condições de nossos fracassos. Entretanto, a ideologia do mercado não admite perdedores. Cada qual atribui a si o peso da derrota, assim como se gaba sozinho de ter milhões de leitores numa época tão desfavorável à leitura de livros. O sentido de autêntico e de singularidade do objeto artístico se dessacraliza, ao mesmo tempo em que a individualidade do autor se *glamouriza*, perdendo o valor de culto e ganhando “*infinitos lugares e contextos da sua reprodução*”.³⁴

³³ LAJOLO. *Literatura: leitores e leitura*, p. 108.

³⁴ Ver SANTIAGO. *O cosmopolitismo do pobre*, p. 114-115.

No percurso entre a autonomia da escolha e a passividade da vitrine, Jameson³⁵ expõe “o retorno do belo e do decorativo no lugar do antigo sublime moderno, o abandono da arte e da procura pelo absoluto e pela verdade e sua re-definição como fonte de puro prazer e gratificação”. Os livros parecem ter retrocedido ao papel decorativo. Desse modo, as artes em geral, e a literatura em particular, tornam-se passíveis de serem mercantilizadas, ficando a distinção a cargo dos leitores. Para uma classe de trabalhadores, em que o tempo é exíguo e a instrução é mínima, a literatura reproduzida à exaustão e exposta nos lugares mais inusitados constitui um atrativo e um convite a adentrar, pelas portas laterais, no grande templo da Literatura e do eruditismo. Desse modo, vale lembrar aqui a assertiva de Eliane H. Paz no I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial, ocorrido no Rio de Janeiro, em novembro de 2004:

Uma resposta possível é que o “valor de mercado” e o “valor literário” são categorias diferentes. E respeitar essa diferença é primordial para que possamos desenvolver nosso senso crítico. O *fast-book* é um produto de nosso tempo. Assim como seu similar alimentício, devorar de vez em quando uma produção ‘pronta para ser consumida’ não faz mal à saúde.³⁶

Em um país como o Brasil, em que a taxa de analfabetismo funcional, a carência de recursos destinados à boa formação educacional, a precária política de fomento à cultura, a falta de livrarias, o alto preço do livro (há exceções), a má distribuição nas livrarias já existentes somam-se ao monopólio do hábito literário dualista: uma elite lê o que é considerado clássico e os demais leem o que as bancas e livrarias oferecem. O surgimento de autores e obras que venham embaralhar as definições e propiciar a leitura entre os vários níveis e gostos particulares deve ser visto como um fator positivo. É importante observar que no mundo impositivo das editoras e do *marketing* são poucos os autores que sobrepõem suas condições de publicação e exigências, que vão desde a imposição de regras particulares, a preços de capa. Quem age assim, age à revelia e não parece estar muito preocupado com a propalada racionalidade do mercado, como disse o escritor Marcelo Rubem Paiva em entrevista à *Folha de S. Paulo*:

Nada mais saudável para o mercado editorial brasileiro que um Paulo Coelho assumidamente comercial, pop. Foi depois do Plano Cruzado que se descobriu no Brasil uma massa potencial de leitores de mais vendidos órfãos de autores pátrios. (...) Coelho ocupou esse espaço meio sem querer, sem querer querendo, querendo

³⁵ Ver JAMESON. *A cultura do dinheiro*, p. 86.

³⁶ PAZ. *Massa de qualidade*, p. 02.

muito vender e trabalhando para isso: palestras, entrevistas, contratos que estipulam quantias para o marketing (...). O público o ama, os críticos o desprezam (...).³⁷

No caso do escritor Paulo Coelho, os lançamentos são sempre precedidos de um formidável *marketing*: notícias invadem as colunas literárias da imprensa e as páginas da internet mantidas por leitores seus são tomadas por fotos e comentários dos seus livros anteriores; desde o penúltimo lançamento, disponibiliza-se no *site* oficial do escritor o primeiro capítulo de seu lançamento; detalhes de sua vida são esmiuçados; criam-se expectativas quanto à repercussão da obra (quem irá gostar ou quem vai odiar), devido à celeuma que se estabeleceu entre parte da crítica e o autor.

Como foi visto até aqui, Paulo Coelho é um escritor comercial, suas ações de *marketing* atingem diretamente as massas. Essa atitude do autor causa, de certa forma, o demérito de parte da crítica em relação a sua obra. Entretanto, não seria Paulo Coelho um representante da nova visão da sociedade contemporânea, cansada de ser massacrada pelo autoritarismo religioso, em busca de um novo caminho? É nesse sentido que o esoterismo coelhiano ganha força, não é autoritário, não tem julgamento, nem imposição de culpa, não exige castigo, nem autopunição, prega a liberdade, a felicidade e a prosperidade. A esse respeito Mário Maestri salienta que:

No mundo da feitiçaria consumista, todos possuem um “dom” e tudo se conquista num passe de mágica, rápida e facilmente. É uma magia ao alcance de todos, prête-à-porter, jovem, popular, descartável(...) Numa era em que a sociedade de consumo entrega, a baixo preço, televisores a cores para todos, o narrador coelhista democratiza e socializa igualmente o esoterismo.³⁸

É com base nisso que Paulo Coelho se tornou um sucesso de vendas, por mostrar ao público uma velha visão com roupagens novas, e embaladas com a sedutora capa da literatura. Essa visão, por meio do místico, traz uma nova forma de aceitar e acreditar na vida. As pessoas que leem as obras de Paulo Coelho acreditam que deixam de ser “pecadoras” para tornarem-se verdadeiramente “alguém de valor”, pois o autor deixa claro que “querer é poder”.

Mas, vejamos o que os críticos pensam de Paulo Coelho e sua incitação à lenda pessoal.

De acordo com Sérgio Bars:

³⁷ PAIVA, *apud* REIMÃO. *Os best-sellers de ficção no Brasil: 1990/2000*, p.5.

³⁸ MAESTRI. *Por que Paulo Coelho teve sucesso*, p. 60.

A alucinação reside exatamente na natureza contraditória da fantasia, porque cria a perspectiva de que o consumidor da obra paulocoelhiana está se libertando das neuroses do dia-a-dia. Ao reduzir-se ao “mínimo eu”, está, na verdade se distanciando do real, narcotizado pela fantasia.³⁹

Assim, o leitor se projeta na fantasia imposta pela “lenda pessoal”, porque vê uma chance de mudar sua vida, de sair das contradições sociais, acirradas pela competição, produção e consumo.

Se fosse possível deixarmos de lado o quesito estritamente ideológico e optarmos por fazer um levantamento dos benefícios que a aura mercadológica trouxe para a seara da literatura, falaríamos de uma maior profissionalização das editoras, revalorização da cultura de mercado (para o bem e para o mal), da diversificação, e do quadro de autores nacionais e o apelo à leitura por parte do leitor médio que ocupava seu tempo em outras distrações.

Nessa procura por produzir um público leitor, às vezes, esquece-se de que a demanda em literatura não é apenas mercadológica, mas simbólica e cultural. Por isso, entendermos que alguns livros e autores desaparecem antes mesmo de serem publicados. O mecanismo que produz o livro precisa estar em sintonia com o mecanismo que produz e reproduz a sociedade. Como a sociedade está no auge da produção e do consumo capitalista, o mecanismo que representa toda a sua conjuntura é o mercado. Ele delimita e age como um filtro em que as produções são selecionadas e enquadradas na sua lógica e estratégia. A respeito da produção coelhiana e do contexto no qual ela se insere, Edgar César Nolasco (2009) faz observações pertinentes:

Nesse contexto, nunca é demais lembrar que Paulo Coelho está produzindo dentro de um contexto eminentemente tecnológico, virtual e global. Se aquela alta leitura visa a autonomia do estético a todo custo na literatura moderna, a literatura de Paulo Coelho, por sua vez, sabe que está condenada ao consumo descartável, ao efêmero, ao provisório, à rapidez e à liquidez do mercado cultural. Ou seja, ao mesmo tempo em que ela é transnacional, global, multicultural, multilingual, o é para ser imediatamente posta na circulação do mercado financeiro de valores que não param de oscilar na cultura do presente.⁴⁰

A sociedade do século XXI vive no auge do desenvolvimento de aparatos científicos e tecnológicos que proporcionam a comodidade, ao mesmo tempo em que coloca em xeque a identidade do homem, abalando seus valores e concepções. A par disso, uma ideologia que pregue a estabilidade e as certezas humanas angaria confiança e faz prosélitos em todas as classes.

³⁹ C. f. BARS. *Paulo Coelho: mito e mercado - bruxo x bruxo e a alquimia do sucesso*.

⁴⁰ NOLASCO. Declínio da literatura/ascensão da cultura: o intelectual pop-star cult Paulo Coelho, p. 22-23.

No atual momento mundial, em que grande parte das pessoas tem acesso a muitos produtos globalizados, a roda da cultura gira mais uma vez e o seu carrossel vem ornamentado com a mercadoria livro. Quase todos podem ler, alguns podem ler muito, e muitos podem ler o que as bancas de revistas e as livrarias lhes apresentam. Nesse quesito, o mercado cumpre um papel que é o de vitrine dos bens culturais.

1.4 O fenômeno *O alquimista*

Quando todos os arquétipos irrompem sem decência, são atingidas profundidades homéricas. Dois clichês provocam o riso. Cem clichês comovem. Porque se percebe obscuramente que os clichês falam entre si e celebram uma festa de reencontro. Como o cúmulo da dor encontra a volúpia e o cúmulo da perversão beira a energia mística, o cúmulo da banalidade deixa entrever uma suspeita de sublime.

ECO. *Viagem na irrealidade cotidiana*, p.268.

De acordo com o *site* oficial do escritor Paulo Coelho⁴¹, o seu livro mais vendido em todo o mundo é *O alquimista*, com mais de trinta milhões de exemplares. Várias pessoas têm atribuído tamanho sucesso às proezas de seus tradutores; outros, à planificação dos leitores devido à imposição do mercado, o nivelamento do gosto do leitor médio, as estratégias de *marketing* cultural e militância do escritor, e a pirataria em alguns países. A respeito da estratégia de *marketing*, percebe-se que ela assume certa agressividade típica do mercado. A força da expansão da literatura de Paulo Coelho resulta num ponto muito interessante: muitos têm conhecimento do homem e de sua história sem, às vezes, chegar a conhecer a obra.

Entre os fatores atribuídos ao sucesso do autor, esquece-se de mencionar gosto pessoal e inclinações de leitura que poderiam ser mencionados como uns dos maiores impulsionadores da leitura de um livro. Entendemos que essa lacuna nos comentários críticos ressoa mais como um desabono ao conteúdo ideológico do livro do que propriamente ao desconhecimento de que autoridades de partidos políticos (italianos, venezuelanos, árabes e americanos) leem a obra de Paulo Coelho. Afinal, como justificar que um chefe de Estado ou um secretário o leia a menos que gostem. Outra hipótese é pensar que eles o leem porque se identificam com a obra. Nesse caso, a leitura é sintomática e os leitores notáveis talvez queiram divulgá-la para os leitores menos notáveis. No entanto, a distância que vai entre uma

⁴¹ Disponível em: <<http://www.paulocoelho.com.br/port/bio.shtml>> – acesso em: setembro de 2008.

recomendação, uma exigência afável, uma indicação e a aceitação dessa provocação são, mais ou menos, semelhantes às recomendações de autoridades: como pagar em dia os tributos, ir à missa semanalmente, não cometer ilícitos e outras.

É mais coerente ver no sucesso de *O alquimista*, no mundo todo, a configuração de uma tendência mundial que passa, também, pelo gosto pessoal indo até a conta bancária de cada indivíduo, uma vez que o mercado disponibiliza mercadorias em grandes quantidades. Porém, em última instância, para além da superexposição midiática, o que conta é a possibilidade de aquisição e a garantia de fruição que o leitor espera encontrar. Dessa forma, o livro prefigura uma tendência mundial observada especialmente na moda, na política, nos costumes, na cultura em geral, em que a dita possibilidade de aquisição (consumo) e a garantia de fruição (prazer) se unem para receber obras e celebridades. A esse respeito vale citar Gilles Lipovetsky (2007), ao efetuar uma análise da economia fordista, quando o filósofo trata da relação entre o indivíduo e o consumo dos bens materiais e simbólicos:

Consumando o “milagre do consumo”, a fase II fez aparecer um poder de compra discricionário em camadas sociais cada vez mais vastas, que podem encarar com confiança a melhoria permanente de seu meio de existência; ela difundiu o crédito e permitiu que a maioria se libertasse da urgência da necessidade estrita. Pela primeira vez, as massas têm acesso a uma demanda material mais psicologizada e mais individualizada, a um modo de vida (bens duráveis, lazeres, férias, moda) antigamente associado às elites sociais.⁴²

Disso depreende-se que as pessoas estão tendo acesso, em menor ou maior grau, à literatura escrita que antes era privilégio da classe dominante. Com o índice mais elevado de produtos a serem consumidos e com um poder de consumo mais acentuado, a classe média e média baixa fazem do *shopping* o seu templo do consumo. Não estamos afirmando que toda a autonomia que se atribui às pessoas decorre do consumo dos bens materiais e simbólicos. Aventamos, aqui, a hipótese de ser a esfera dos bens uma estrutura alicerçada na esfera do consumo. Daí, segundo Canclini⁴³, “o consumo serve para pensar”. Onde e como pensar o consumo parece ser uma das tarefas atuais que nos interpela enquanto sujeitos críticos. Quanto a isso, Jesús Martín-Barbero (2003) esclarece:

O espaço da reflexão sobre o consumo é o espaço das práticas cotidianas como lugar de interiorização muda da desigualdade social, desde a relação com o próprio corpo até o uso do tempo, o hábitat e a consciência do possível para cada vida, do alcançável e o do inatingível (...). O consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe à posse

⁴² LIPOVETSKY. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*, p. 33.

⁴³ Ver CANCLINI. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*, p. 75.

dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social.⁴⁴

Nessa linha, e em direção a um pensamento que busca compreender o consumo de livros que se transformam em fenômenos editoriais, segue uma reflexão de Eliane H. Paz que julgamos pertinente:

Porque ler – e, neste caso específico, ler livros -, demanda tempo, dinheiro, e, principalmente, iniciativa. O simples ato de dedicar-se à leitura é, em si só, uma etapa a ser vencida, em um contexto cultural onde atividades mais sedutoras ao olhar se impõem brutalmente sobre nós.⁴⁵

Assim, as pessoas têm a seu critério a escolha de ler ou aderir a outras formas de entretenimento enquanto não estão às voltas com o cotidiano e as obrigações. Então, em um mundo em que o capital impera na forma de privilégios para alguns e privações para outros, a leitura passa a ser um dos últimos bastiões que retratam esse *status quo*. Dessa constatação é possível fazer as perguntas: quem está lendo hoje, como está lendo e o que está lendo? Pode parecer simplista a questão, mas a resposta a ela poderia ajudar a definir as políticas públicas de incentivo à leitura e ampliação da esfera cultural letrada em um projeto a longo prazo.

É certo que não se pode deixar nas mãos do mercado, ou somente do Estado, a adoção de medidas de incentivo à leitura. No entanto, o que se vê é a hegemonia do capital no que diz respeito ao livro. Assim, grandes conglomerados editoriais e livreiros movimentam, atualmente, esse mercado, e nem sempre estão interessados na melhoria dos problemas sociais. Por isso, não acatamos a ilusão da autonomia das obras, sejam elas de arte ou não, porque todas estão submetidas à racionalização e especialização das esferas econômicas e pessoais. A autonomia da obra pressupõe a autonomia de quem a produziu e em última instância de quem a leu.

O alquimista ganhou as prateleiras de muitos lugares, tal fato não se restringe ao que Regina Lúcia de Araújo⁴⁶ observa na temática da obra: o uso recorrente de mitos universais reelaborados e a dimensão humanizadora de autoincentivo às pessoas. Creditamos ainda a permanência de seu sucesso a fatores históricos e culturais, tais como a racionalização da produção (de bens culturais ou não), e resquícios de atavismos míticos. Para Sílvia Helena S. Borelli:

⁴⁴ MARTIN-BARBERO. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia, p. 302.

⁴⁵ PAZ. *Massa de qualidade*, p. 01.

⁴⁶ Ver ARAÚJO. *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*, p. 78-79.

Não há dimensão massiva que sobreviva sem o resgate das tradições; e não há manifestação popular que prescindia dos mecanismos de produção, circulação e consumo inerentes à cultura de massa (...). Deve-se, entretanto, tomar cuidado para que a insistência na imbricação conflituosa entre popular e massivo não venha significar nova forma de exclusão, que resolve o problema da relação entre popular e de massa, mas isola o erudito como se os entraves na articulação entre os campos erudito e popular de massa não fossem semelhantes.⁴⁷

Aqui adicionamos um novo dado: a leitura será tão crítica quanto crítico e secularizado for o leitor. *O alquimista*, de Paulo Coelho, é uma síntese de pequenas fábulas e histórias. No entanto, esse sincretismo é bem peculiar, pois está ligado à noção de síntese que o percurso histórico do autor nos deixa entrever: um amálgama de crenças individuais provisórias, caracterizadas pela busca de respostas para situações pessoais problemáticas.

A literatura de Paulo Coelho, mais especificamente *O alquimista*, sendo lida e consumida ao redor do planeta, deixa-nos entrever um local por excelência de produção e reprodução de um “novo sagrado”. Esse novo local é o mercado. Assim, este fragmento de *O alquimista* corrobora, textualmente, o que estamos afirmando:

Os homens subiam a ladeira e ficavam cansados. Então, lá no seu topo, havia uma loja de belos cristais com chá de menta refrescante. Os homens entravam para beber o chá, que era servido em lindos vasos de cristal (...). Em pouco tempo, a novidade se espalhou, e muitas pessoas passaram a subir até o topo da ladeira para conhecer a loja que estava fazendo algo de novo num comércio tão antigo. Outras lojas de chá em copo de cristal foram abertas, mas não ficavam em cima de uma ladeira, e por isso estavam sempre vazias.⁴⁸

Dessa forma, a literatura de Paulo Coelho legitima-se à medida que ela integra os valores propostos ou almejados pela sociedade global (globalização, planificação econômica e cultural, mas também humanitarismo e exaltação do indivíduo e dos seus desejos hedonistas), e os alçam à máxima potência.

⁴⁷ BORELLI. *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*, p. 39.

⁴⁸ C. f. COELHO. *O alquimista*.

CAPÍTULO II

A RECEPÇÃO CRÍTICA DE PAULO COELHO

Discutir se é boa ou má esta ou aquela literatura que a massa hoje lê é irrelevante. No gênero de Paulo Coelho, Lawrence Durrell com seu “quinteto cártaro” é melhor escritor, e Colin Wilson, um autor mais intelectualizado. Mas juízos deste tipo são supérfluos. Melhor é deixar de lado o preconceito elitista diante dessas formas do imaginário e reconhecer-lhes seu lugar cultural.

TEIXEIRA COELHO. Artigo publicado na revista *Leia*. Dezembro de 1989.

2.1 As primeiras abordagens: percalços da crítica

A crítica ponderada de Teixeira Coelho traz uma amostra do fazer crítico em relação ao tipo de literatura de Coelho. O crítico reconhece que há outros autores que fazem o mesmo que Coelho; no entanto, com mais requinte. Teixeira Coelho afirma ser irrelevante as classificações binárias desse tipo de literatura e conclama contra o preconceito elitista em reconhecer o lugar cultural da produção coelhiana como uma das formas desse imaginário.

A crítica de Teixeira Coelho se distancia de uma visão simplificada e redutora alargando o campo da especulação sobre a obra ao colocá-la no lugar de produto do imaginário cultural. A partir disso, delineia-se todo um universo de reflexão e pesquisa que não convém desdenhar sob pena de excluir da análise científica a realidade que nos cerca.

Teixeira Coelho foi um dos críticos a fazer uma análise menos parcial quando do aparecimento dos livros de Paulo Coelho. Ainda que, com o passar do tempo, a crítica tenha intercalado críticas desfavoráveis; além de lançar uma ou outra crítica que reconheceu alguns aspectos positivos dos livros posteriores do autor, o estereótipo das primeiras considerações permaneceu. É possível, no entanto, encontrar críticas que não são desabonadoras de

romances como *O demônio e a senhorita Pryn* (2000), *Onze minutos* (2003), *O zahir* (2005) e *A bruxa de Portobello* (2007).

Quando o escritor Paulo Coelho, faz concessões ao público leitor por intermédio de uma escrita linear, enxuta e sem floreios linguísticos, com doses mínimas de sentimentalismo, boa parte de seus críticos taxa-o de autor despreparado no que se refere ao uso adequado da língua portuguesa. Entretanto, os críticos não observam que, após quatorze obras publicadas e aceitas pelo grande público, o escritor mantém-se fiel à sua escrita, evidenciando um projeto literário que, se não leva em conta todos os apontamentos da crítica, procura manter-se fiel a seu público, cumprindo um propósito imposto a si desde a publicação de *O diário de um mago* (1987) e *O alquimista* (1988), que é o de “compartilhar vivências”. É importante observar, a esse respeito, o papel de intermediário entre leituras que os livros de Paulo Coelho propiciam, pois ao sugerir proximidade com a vida de seus leitores e oferecer-lhes uma literatura de fácil leitura, eles conclamam mais leitores para a esfera da literatura. Em um país como o Brasil, em que a leitura é um privilégio, a literatura de Paulo Coelho pode suprir a falta ou a carência de uma literatura de entretenimento no país. Apesar de não tratar da obra de Paulo Coelho, o artigo de Luis da Matta serve para refletirmos a situação dessa literatura e suas consequências:

Pois, se por um lado, temos intelectuais encastelados em suas inexpugnáveis torres douradas de pretensa sabedoria dialogando entre si, para diminutas platéias de iguais ou para o espelho, por outro temos um imenso contingente de pessoas carentes de leitura e conhecimento, que nunca foram devidamente introduzidas no universo lúdico dos livros e permanecem distantes deles, muitas vezes por se sentirem incapazes de praticar a leitura com todo esse cerimonial amplamente apregoado pelos formadores de opinião.

Todos sabemos que ler é bom, que ler é importante, que ler abre positivamente a nossa cabeça, permitindo a entrada do conhecimento e o aprimoramento da nossa visão do mundo. De tanto essas máximas haverem sido repetidas, já se tornaram uma espécie de mantra, que todos repetem automaticamente. Acontece que não adianta dizer a uma pessoa pouco ou nada afeita à leitura que ler é importante, se na prática a sua relação com os livros for de repulsa. A única maneira desta pessoa se tornar uma leitora contumaz é sentir na prática que ler é, acima de tudo, um grande prazer, uma grande diversão, o meio mais interessante de entretenimento cultural jamais inventado pelo ser-humano.⁴⁹

Ressalta-se, porém, que Paulo Coelho se serve do mercado para realizar a contento o seu projeto, ainda que o caminho trilhado pelo autor não seja bem visto pela crítica. A esse respeito Silviano Santiago afirma que:

O mercado é uma opção que pode movimentar a pena tanto de um Harold Robbins quanto de um Paulo Coelho, tanto do último Vinícius de Moraes quanto do atual

⁴⁹ C. f. MATTA. *Literatura de entretenimento e leitura no Brasil*.

Caetano Veloso: o mercado está no desejo de manter um diálogo rentável financeiramente com os contemporâneos e, por isso, de alcance imediato. O *best-seller* e a forma *pop* de arte reproduzem em escala milimétrica os percalços de um filme ou de uma telenovela na indústria cultural: ele será o que quer ser, se conseguir se vender extraordinariamente. Ele deixa de ser o que quer ser, caso fracasse nas vendas.⁵⁰

Esse desejo de agradar o leitor é registrado ficcionalmente no discurso do narrador de *O alquimista* em que fornece dicas de como gostaria de escrever um livro, desde o número de personagens até o presumido gosto do leitor pelos livros mais “importantes” e de fácil leitura. Registre-se a seguinte passagem comentada: “Se algum dia escrevesse um livro (...) ia colocar um personagem aparecendo de cada vez, para que os leitores não tivessem que ficar decorando nomes”.⁵¹

Se for possível criticar o autor por tal projeto literário e comercial, no mínimo é necessário reconhecer a atitude do escritor em relação aos seus vislumbrados leitores. Leitores que garimpam nas páginas o seu prazer em relação ao texto, àquilo que consideram como sábios conselhos e o enleio necessário para conduzir suas vidas. Desde *O diário de um mago*, Paulo Coelho segue o que se propôs a fazer: literatura de fácil leitura para o maior número de possíveis leitores. Lê-se, nessa opção do autor, um critério diferente de relacionar-se com a escrita: para ele a literatura é uma questão de massa. A esse respeito o estudo do historiador Mário Maestri é elucidativo:

Com a literatura coelhiana, estamos distantes de relatos lentos, minuciosos e complexos, como em *Os maias*, de Eça de Queirós, ou *Os Buddenbrooks*, de Thomas Mann, que abordam gerações e universos sociais e individuais complexos e amplíssimos. Nela, o tempo da trama é o da própria vida de um leitor jovem e não habituado às abstrações do ensaísmo e aos vastos horizontes temporais e cronológicos da ficção clássica.⁵²

Essa diferença em relação à considerada grande ficção e a diferença em relação aos seus pares – no que concerne à vendagem de livros e à ideologia individualista da história – fazem de Paulo Coelho uma *persona non grata* do universo literário, tendo a obra parcialmente julgada e, quase sempre, desacreditada.

Para os críticos que leem um ou dois de seus livros e generalizam sobre sua obra é crucial o exemplo do professor Mário Maestri em *Por que Paulo Coelho teve sucesso*. O historiador gaúcho faz uma crítica historicamente fundamentada e mostra-se conhecedor dos livros de Paulo Coelho, porém, apesar de reconhecer méritos na literatura coelhiana não deixa

⁵⁰ SANTIAGO. *O cosmopolitismo do pobre*, p. 121.

⁵¹ COELHO. *O alquimista*, p. 41.

⁵² MAESTRI. *Por que Paulo Coelho teve sucesso*, p. 37.

de lançar mão da ironia para, em vários trechos do seu livro, fazer uma análise parcial e desnecessária. A título de exemplo, segue a passagem em que o crítico ironiza Paulo Coelho quando este afirma ter feito leituras clássicas nas entrevistas que dera:

Pode ser preconceito intelectual, mas, ao leitor atento da produção ficcional de Paulo Coelho é mais verossímil que ele faça chover ou que entorte pregos com a força da mente do que tenha lido, algum dia, *A fenomenologia do espírito* ou *A ciência da lógica de Hegel*.⁵³

Assim, mesmo fazendo uma crítica relevante, Maestri presume que sabe o que o escritor leu ou não leu devido ao modo como escreve. Aqui, não podemos deixar de reconhecer um laivo de aristocratismo que não vincula o ato de escrever à ideia de trabalho cultural e sim a um mecanismo, a partir do qual se pressupõe que escreve bem aquele que lê o que é considerado bom. Boa parte da crítica desconsidera o fato de Paulo Coelho ser um produtor de bens simbólicos, que vive exclusivamente do que produz, apesar de nem sempre ter sido assim, e não de cargos públicos que lhe possibilitaram “fazer” literatura nas horas vagas. O fato de Paulo Coelho escrever para o mercado cultural apresenta implicações estruturais, formais e contedísticas para a sua obra e, evidente, para a abordagem crítica. Importa observar a assertiva de José Paulo Paes a respeito da literatura considerada como de “entretenimento” ou de “massa”, e a recusa dos escritores nacionais desde aqueles tempos em produzir algo que pudesse ser visto como de baixa qualidade por seus pares:

Numa cultura de literatos como a nossa, todos sonham ser Gustave Flaubert ou James Joyce, ninguém se contentaria em ser Alexandre Dumas ou Agatha Christie. Trata-se obviamente de um erro de perspectiva: da massa de leitores destes últimos autores é que surge a elite dos leitores daqueles, e nenhuma cultura realmente integrada pode se dispensar de ter, ao lado de uma vigorosa literatura de proposta, uma não menos vigorosa literatura de entretenimento.⁵⁴

Essa recusa em produzir obras consideradas menos “sérias” encontra seu auge e correlação na recusa em estudá-las, com seriedade, como objeto representativo da cultura popular de massa.

Ricardo Piglia⁵⁵ reporta-nos a um conceito de crítica, segundo a qual o escritor escreve sua vida quando pensa estar escrevendo uma crítica. Desse modo, a recusa em ler e escrever sobre manifestações literárias, que escapam ao que é considerado canônico, deixa-nos entrever o despreparo teórico e o elitismo da crítica literária brasileira. Nesse aspecto, é

⁵³ MAESTRI. *Por que Paulo Coelho teve sucesso*, p. 94-95.

⁵⁴ PAES. *A aventura literária: ensaios sobre ficção e ficções*, p. 37.

⁵⁵ Ver SOUZA. *Madame Bovary somos nós*. In: *Crítica cult*, p. 121-122.

preferível ler e comentar – com exceções – preferencialmente os “clássicos” a reclinar-se sobre a massa de leitura que circula, cotidianamente, pelas metrópoles brasileiras.

De acordo com Umberto Eco, a cultura de massa, independentemente de ser boa ou má, trata “de uma renovação estilística, que tem amiúde, constantes repercussões nos planos das artes chamadas superiores (...)”.⁵⁶ Essa cultura, a que o autor chama de *mass media*, segundo ele, tem de ser entendida numa perspectiva histórica e antropológico-cultural: gestada nas sociedades industriais, os sistemas e valores dessa cultura rompem com o modelo cultural do homem renascentista, estabelecendo novos modelos ético-pedagógicos, típicos da atividade industrial. Por ser o *mass media* um fato industrial, Umberto Eco ressalta que é ingenuidade acreditar “que hoje se possa ministrar uma cultura subtraída ao condicionamento industrial”.⁵⁷

Quanto aos textos que estamos habituados a considerar como cultos ou de grande alcance é pertinente a posição de Borelli (1996) ao referir-se às teorias que preconizam a separação radical no interior da análise:

As tradições teóricas que enfatizam separações entre literaturas tendem a construir modelos semelhantes àqueles que adotam os referenciais de cultura erudita, culta ou letrada como únicos legítimos na definição do que deve – ou não – ser incorporado ao campo cultural. Essa postura, conseqüentemente, encara a problemática de duas maneiras: ou ignora a existência de um grau de diversidade nas manifestações culturais e não as incorpora como objeto da reflexão cultural, ou passa a qualificá-los por meio das ausências como, por exemplo, as estéticas, de linguagem, conteúdo, consistência. O objetivo, em uma ou em outra postura, parece ser o mesmo: negar a estas manifestações o estatuto de fato cultural ou literário e considerar cultura ou literatura como sinônimo de erudição.⁵⁸

Eneida Maria de Souza⁵⁹, no artigo intitulado “Nostalgias do cânone”, a respeito das novas formas e suportes da literatura, sugere a necessidade de a crítica não se indispor em relação ao mercado e nem se arvorar em defensora da literatura. Essa postura deixa entrever o diálogo possível.

Parte da crítica tem um caráter mais informativo do que analítico quando se trata da produção coelhiana, por isso, as opiniões a respeito da obra e do autor serem curtas e taxativas. Algumas deixam entrever um raciocínio acertado sobre o autor e sua obra, outras resvalam no preconceito e na falta de critérios teóricos.

⁵⁶ Ver ECO. *Apocalípticos e integrados*, p. 48.

⁵⁷ Ver ECO. *Apocalípticos e integrados*, p. 49.

⁵⁸ BORELLI. *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*, p. 28.

⁵⁹ C. f.. SOUZA. Nostalgias do cânone. In: *Crítica cult*, p. 89.

Em matéria da *Revista Cult*, de setembro de 2003, intitulada “*Um mundo transparente*”⁶⁰, o crítico literário Manuel da Costa Pinto faz um apanhado da obra de Paulo Coelho no percurso em que o escritor e a crítica se desencontram e procura cada qual, à sua maneira, fingir que o outro não existe.

Sobre a crítica, Paulo Coelho declarou aos jornalistas do programa de televisão *Roda Viva*, ser “necessária”⁶¹, apesar de não entender que ela seja suficiente para atribuir critérios de aceitação ou rejeição do público quanto à obra dele. Quando, na mesma edição da *Revista Cult*⁶² (setembro de 2003), o autor afirma que nunca foi devidamente criticado. Para ele as abordagens críticas que deram ao seu trabalho foram insuficientes.

Na mesma entrevista, Paulo Coelho afirma que há trabalhos em que sua obra foi analisada com seriedade e profundidade. Comenta, ainda, ter lido um trabalho que compara a estrutura da sua obra à estrutura dos contos de fadas, o que o agradou. Implícito nessa atitude do escritor delinea-se o modo como ele gostaria de ser criticado, ou seja, comparativamente. Assim, ao fazer um levantamento das críticas, jornalísticas ou acadêmicas, vislumbram-se poucos exercícios críticos nessa direção. Pode-se citar aqui o trabalho de Regina Lúcia de Araújo, intitulado *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*, que fez uma abordagem até então diferenciada dos outros trabalhos que tratam da obra coelhiana, ou a resenha crítica de Luís Antônio Giron para a revista eletrônica do AOL de 28 de Março de 2005, intitulada *Paulo Coelho para o Nobel*:

Paulo Coelho opera no espectro dos pregadores, dos sermonistas, dos contadores de histórias edificantes. Ele não está preocupado em formular romances que impressionem as gentes acadêmicas, e sim se devota a uma espécie de catequese. O projeto literário de Paulo Coelho é converter o gentio a uma espiritualidade mais livre do que a consagrada pelo Cristianismo. Cada um de seus livros é um passo na direção do aperfeiçoamento místico do ser humano. Toda a sua produção pode ser entendida como iniciática. É puro preconceito dizer que isso não é literatura. As pessoas gostam da mensagem mística do autor, não de seu estilo – que, aliás, é simples e direto, quase desprovido de efeitos de retórica. Atinge o que quer de imediato, como deve agir sempre o pregador. Se o leitor não gosta de religião e misticismo é melhor ficar longe e não julgá-lo. Se, gosta, vai encontrar nos seus livros um manancial de conselhos, símbolos e fábulas edificantes. Paulo Coelho é um Esopo à brasileira: um contador de histórias morais que passou pelo banho do batismo e hoje se considera um missionário dentro da literatura. Nem medíocre, nem farsante, nem gênio: apenas um escritor honesto nos seus propósitos.⁶³

⁶⁰ Ver PINTO. Um mundo transparente in: *Cult- Revista Brasileira de Cultura*, p. 26-29.

⁶¹ Ver COELHO. *Entrevista concedida ao programa Roda Viva em abril de 2003*, e transcrita.

⁶² Ver COELHO. “Eu sou o leitor e o livro, a árvore e o fruto” in: *Cult- Revista Brasileira de Cultura*, p. 31-32.

⁶³ Ver GIRON. *Paulo Coelho para o Nobel*. Disponível em: <<http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=133>> - Acesso em: 22 de Março de 2009.

Do lado do escritor estaria a permanência de ligar a obra à sua vida, construindo um projeto literário autobiográfico. Não esqueçamos, porém, que o escritor e divulgador Paulo Coelho são um só e que sua prática literária arrasta consigo, inevitavelmente, sua prática mercadológica. Dessa forma, a sua escrita, ao contaminar-se por sua prática, tende a afastar de si os críticos que buscam analisar objetos que se encaixam numa visada estritamente literária. Observamos que a maior parte da fortuna crítica referente às obras do autor constitui-se de resenhas superficiais para jornais e revistas tendendo para o estereótipo de suas primeiras críticas nos idos de 1990.

Algumas indagações feitas pelo crítico Manuel da Costa Pinto (2003)⁶⁴ servem como um roteiro para a análise crítica da obra de Paulo Coelho e também como um termômetro para observar a situação do autor em relação à crítica até o referido período (2003). Por isso, o texto de Manuel da Costa Pinto é um divisor de águas quanto à abordagem da obra coelhiana, pois ao mesmo tempo em que levanta os possíveis contratempos dos críticos com a escrita de Paulo Coelho, aponta numa direção em que se vislumbra o diálogo crítico possível.

O crítico lembra que a maioria dos intelectuais que rejeitam a obra de Paulo Coelho são aqueles que a analisam a partir de uma determinada tradição, a relação da obra com as anteriores, ou, a ruptura com essa tradição. Segundo Manuel da Costa Pinto⁶⁵, os críticos não incluem Paulo Coelho nessa tradição.

Depois dessas constatações, o crítico, por meio de questionamentos, sugere outra possibilidade de abordagem da obra coelhiana. Ele se pergunta se deve ler Paulo Coelho no mesmo registro de autores consagrados (José de Alencar, Graciliano Ramos, Murilo Rubião) e se é possível lê-lo sem encaixar a obra nessa ou em outra tradição literária.

Apesar de corroborar o que dizem muitos críticos no que toca à produção de Paulo Coelho e classificá-la como “receituário espiritual”, “hedonismo com aura *new age*”, “fábulas de reconciliação”, Pinto⁶⁶ indica, também, o que segundo ele é o mérito de Paulo Coelho: a procura de um tipo de vivência espiritual compartilhável, introdução de uma temática espiritual na cena urbana contemporânea, criação de tramas cuja resolução se dá apenas na última página dos livros. Ao fim, o crítico se pergunta se isso é o suficiente para se chamar literatura.

⁶⁴ Ver PINTO. Um mundo transparente. In: *Cult- Revista Brasileira de Cultura*, p. 26-29.

⁶⁵ Ver PINTO. Um mundo transparente. In: *Cult- Revista Brasileira de Cultura*, p. 26-29.

⁶⁶ Ver PINTO. Um mundo transparente. In: *Cult- Revista Brasileira de Cultura*, p. 26-29.

Concluindo, Manuel da Costa Pinto⁶⁷ comenta que há leitores que consideram literatura tudo aquilo que está disposto no imaginário social, e há aqueles que consideram como literatura apenas o que subverte e desaloja esse imaginário. Da análise do crítico, observa-se que há, pelo menos, formas distintas de se considerar literatura.

Desde que despontou para o cenário nacional com a publicação de *O diário de um mago* (1987), Paulo Coelho tem atraído milhares de leitores, ao mesmo tempo em que é desprezado por parte da crítica acadêmica. Uma das razões que nos levou a analisar a obra do autor é justamente esse fascínio que ela provoca em seus leitores. Além da recorrência temática, um dos assuntos constitutivos da ficção coelhiana é a contemporaneidade religiosa da sua produção. Assim, a recorrência de temas (magos, bruxas, o amor, a fé etc.) se casa bem à sua contemporaneidade religiosa, ao resgatar velhas questões delegadas ao esquecimento ou elevadas à condição de tabus e fundamentalismos. Nos livros de Paulo Coelho, elas parecem ganhar um novo colorido e proximidade aos anseios do século XXI. Podemos destacar também um apanhado de características gerais em todos os seus romances – a busca por algo, um caminho a percorrer, a necessidade de um sonho –, apesar de notarmos algumas especificidades dos últimos em relação aos primeiros que, se não chegam a constituir uma ruptura, pelo menos demonstram uma tentativa de se aproximar de um novo público leitor.⁶⁸ Dessa forma, Vânia Correia Cafeo argumenta que:

Se outrora suas obras poderiam ser enquadradas como esotéricas ou de auto-ajuda, o escritor propunha uma diversidade em suas narrativas, de modo que os leitores fossem atraídos por elementos diferenciados, cada qual indo em busca de uma característica particular da obra. Vistas como uma válvula de escape para os problemas do dia-a-dia levava (e ainda leva) o leitor a não frustrar suas expectativas, mas a se encontrar com um mundo confortável.⁶⁹

Assim, nos romances *Verônica decide morrer* (1997), *O demônio e a senhorita Prym* (2000), *Onze minutos* (2003), *O zahir* (2005), *A bruxa de Portobello* (2006) e *O vencedor está só* (2008), observa-se desde o aumento do número de páginas até a abordagem de situações inusitadas; o tema da loucura no livro *Verônica decide morrer* e a implicação social de tal assunto, a abordagem sucinta da questão da indústria bélica no mundo em *O demônio e a senhorita Prym*, o tabu do tema sexual em *Onze minutos*, a autocrítica em *O zahir*, e a multiplicação de pontos de vistas em relação à protagonista, com a introdução de vários personagens em *A bruxa de Portobello*. Cada um desses tópicos se apreende na leitura dos

⁶⁷ Ver PINTO. Um mundo transparente. In: *Cult- Revista Brasileira de Cultura*, p. 26-29.

⁶⁸ MAESTRI. *Por que Paulo Coelho teve sucesso*, p. 94-98.

⁶⁹ CAFEO. À margem da Academia, no centro do sucesso: uma receita à moda Paulo Coelho, p. 160.

livros citados, e não são constitutivas de *Diário de um mago* (1987), *O alquimista* (1988) e *Brida* (1990), por exemplo.

Outro pesquisador e crítico que parece ter sido atraído pelos números e leitores de Paulo Coelho foi o professor da Universidade Federal de Alfenas (MG), Eloésio Paulo. Em seu livro *Os 10 pecados de Paulo Coelho*⁷⁰, Eloésio Paulo (2007) afirma que o escritor carioca comete dez pecados. Aqui, não podemos deixar de associar a estratégia do pesquisador em utilizar o estereótipo do “mal”, tão corriqueiro nas críticas das narrativas coelhianas. Ao intitular de “pecados” a “insuficiência estilística” de Paulo Coelho, não estaria Eloésio Paulo reduplicando a estrutura binária com que a crítica sempre tratou do autor e sua obra? Esta também não seria uma forma de lembrar os “dez mandamentos” que são na verdade “dez formas de pecar”? Como observa o pesquisador Sérgio Bars, que elaborou uma tese de mestrado sobre a obra de Paulo Coelho (2008), o mercado consumidor da leitura *pop* é formado por “bruxos consumidores modernos”. Além disso, “Não mais estereótipos do mal representados por desajustados e subversivos da ordem do mal, mas bruxos de *shopping center*, global”.⁷¹

Para Eloésio Paulo, a obra *O alquimista* não passa de um “conto de fadas para adultos”⁷², como já fora definido por Paulo Coelho por meio da fala do narrador de *O zahir*⁷³ (2005).

Segundo Eloésio Paulo:

O leitor que se contenta com a história do pastor Santiago é intelectualmente uma criança, pois só assim poderia não considerar insuportavelmente ridículas passagens como o longo diálogo do narrador com seu coração. Esse diálogo é o centro da mensagem da novela, e o escritor ainda o reproduzirá, com variações pouco significativas, em várias obras posteriores.⁷⁴

Para o crítico de Alfenas, o enredo de *O alquimista* é uma repetição da busca empreendida pelo narrador do livro anterior – *O diário de um mago*. “Onde se lia espada, agora se leia lenda pessoal, e ambas estão no final de um percurso iniciático pontuado por obviedades e platitudes”.⁷⁵

⁷⁰ PAULO. *Os 10 pecados de Paulo Coelho*. São Paulo: Editora Horizonte, 2007.

⁷¹ BARS. *Bruxo x Bruxo e a alquimia do sucesso*.

⁷² PAULO. *Os 10 pecados de Paulo Coelho*, p. 34.

⁷³ COELHO. *O zahir*, p.40.

⁷⁴ PAULO. *Os 10 pecados de Paulo Coelho*, p. 34.

⁷⁵ PAULO. *Os 10 pecados de Paulo Coelho*, p. 34.

De acordo com Eloésio Paulo, na obra *O alquimista* começa a se configurar uma característica da ficção praticada por Paulo Coelho que todos os livros seguintes virão confirmar: o turismo espiritual. Do norte da Espanha para a Andaluzia e, mais ao sul, o Marrocos, depois o deserto do Saara e o Egito, desenha-se um percurso “pretensamente iniciático” que em muitos aspectos duplica o Caminho de Santiago.

Para Bars e Eloésio Paulo, o autor é um produtor de mitos. O mito configurando-se nas falas roubadas e restituídas. No livro *O Alquimista* isto pode ser observado em diversas passagens. A seguir, uma referência explícita (em itálico) ao evangelho cristão:

Não se esqueça da linguagem dos sinais. E, sobretudo, não se esqueça de ir até o fim de sua Lenda Pessoal. Antes, porém, gostaria de contar-lhe uma pequena história. “Certo mercador enviou seu filho para aprender o Segredo da Felicidade com o mais sábio de todos os homens. *O rapaz andou durante quarenta dias pelo deserto*, até chegar a um belo castelo, no alto de uma montanha. Lá vivia o Sábio que o rapaz buscava”.⁷⁶

O livro traz, ainda, referência à cultura árabe. Esporadicamente, um ou outro personagem cita a mundialmente conhecida palavra “Maktub”:

Depois de certo tempo, o Inglês perguntou se havia perigo. — Quem entra no deserto não pode voltar - disse o camaleiro. _Quando não se pode voltar, só devemos ficar preocupados com a melhor maneira de seguir em frente. O resto é por conta de Allah, inclusive o perigo. E concluiu dizendo a misteriosa palavra: “Maktub”.⁷⁷

Observa-se, também, a presença do discurso oriental do livro *I Ching*, e palavras relacionadas à cultura judaica (em destaque):

— Tome - disse o velho, tirando uma pedra branca e uma pedra negra que estavam presas no centro do peitoral de ouro. _ Chamam-se *Urim e Tumim*. A preta quer dizer “sim”, a branca quer dizer “não”. Quando você não conseguir enxergar os sinais, elas servem. *Faça sempre uma pergunta objetiva*.⁷⁸

Como se depreende da citação, o discurso místico e religioso tem lugar em praticamente todas as páginas do livro. A seguir, uma referência ao discurso cristão:

(...) O Alquimista abriu uma garrafa e derramou um líquido vermelho no copo do rapaz. Era vinho, um dos melhores vinhos que havia tomado em sua vida. Mas o vinho era proibido pela lei. — *O mal não é o que entra na boca do homem* - disse o alquimista. _ *O mal é o que sai dela*.

⁷⁶ COELHO. *O alquimista*, p. 58.

⁷⁷ COELHO. *O alquimista*, p. 117.

⁷⁸ COELHO. *O alquimista*, p. 57.

O rapaz começou a sentir-se alegre com o vinho. Mas o Alquimista lhe inspirava medo.⁷⁹

Portanto, enquanto reprodutora de mitos, a obra coelhiana se apropria de diferentes tradições religiosas, modificando o sentido original, mas dando ao público um gosto de “querer é poder”. Apesar da assertiva do crítico mineiro, advogamos que buscar vender livros criticando um fenômeno de vendas, que possui muitos leitores e admiradores e, por conseguinte, muitos desafetos, também não é uma estratégia de *marketing* utilizada por Eloésio Paulo?

Apesar de constatarmos que as narrativas coelhianas são, também, reprodutoras de mitos, não podemos esquecer sua singularidade, que é a de dar abrigo aos diversos fragmentos culturais religiosos da humanidade. Por isso, pensamos a possibilidade de as narrativas coelhianas despontarem como um registro cultural da pós-modernidade. Nesse sentido, cabe aqui uma reflexão de Eneida Maria de Souza (2002) a respeito da preferência dos leitores pela “leitura apressada dos signos urbanos”:

Narrativa pós-moderna, construída com fragmentos de culturas diversas e composta por personagens cuja sina é o constante deslocamento, o embaralhamento de identidades e a crise social, sintomas da falta de representatividade de classe e do apagamento do sentido de nação.⁸⁰

Por se servir de uma forma mercadológica Paulo Coelho consegue atingir seu público. O autor parece não pretender realizar um grande feito literário, mas sim grande feito de mercado. Sendo assim, os seus livros estão entre os mais vendidos no Brasil e no mundo. A crítica, no entanto, precisa ultrapassar essa visada dicotômica que estabelece rígidas hierarquias entre literatura de mercado e alta literatura. Para isso, precisa estar atenta ao que sugere Jaime Ginsburg no ensaio “*O valor estético: entre universalidade e exclusão*” na Revista Alea:

Não se trata apenas de observar que a auto-ajuda e Paulo Coelho propõem investimentos narcísicos para compensar dificuldades de integração social, nem apenas de perceber que a venda de livros otimistas é favorecida pelo aumento do impacto agressivo da realidade cotidiana. Mais do que isso, trata-se de perguntar em que medida esses processos de consolidação de relações entre autores, editoras e público supõem concepções estéticas que não são suficientemente compreendidas pelos pesquisadores universitários.⁸¹

⁷⁹ COELHO. *O alquimista*, p. 181.

⁸⁰ SOUZA. *Crítica cult*, p. 83

⁸¹ C. f. GUINSBURG. *O valor estético: entre universalidade e exclusão*.

Ainda que o crítico Eloésio Paulo tenha observado, com justiça, que, desde o primeiro livro, Paulo Coelho revele um pendor irresistível para a autobiografia, ele não responde, e não valora essas questões: a autobiografia é pertinente ou não? É possível fazer autobiografias literárias de qualidade? Qual a diferença entre a autobiografia romanesca de Paulo Coelho e outras autobiografias respaldadas pela academia?

É certo que muitas das críticas feitas a Paulo Coelho têm fundamento, mas Eloésio Paulo (2007) realiza suas críticas com muita “paixão”. O estudioso perde a credibilidade de sua análise ao apontar com “fervor” as falhas da poética coelhiana, como se pode observar na conclusão de seu livro:

Paulo Coelho é uma personagem literária fantástica – sua aventura pessoal, um instantâneo de nossa época –, mas um escritor que não chega a mediano como fabulista ou como estilista. Seu aprendizado é espantosamente pequeno para quem escreveu onze livros.⁸²

O pesquisador mineiro reconhece “a personagem literária fantástica” que é Paulo Coelho, apenas parece não aceitar que tal personagem atue, a seu modo, nos livros que escreve.

Já os leitores, esses aprendem mais rápido. As vendas de Paulo Coelho têm caído significativamente quando da publicação dos últimos livros. Eles estão virando um tremendo encalhe, chegando a ser vendidos na Internet por um terço do preço original. Isso quer dizer que o mito Paulo Coelho chegou a seu limite como produto editorial? É possível, mas esta não é uma obra profética: estuda apenas, e despreziosamente, o ‘estado da arte’ da ficção paulocoelhiana. No entanto, não é descabido aventar a hipótese de que os leitores antigos de Paulo Coelho estejam descobrindo uma verdade muito singela, a de que ler um de seus livros é tatear uma possível ou imaginável sabedoria oculta, mas ler vários é puro consumo, já que a essência dessa sabedoria muda ao sabor do turismo espiritual e da conveniência comercial.⁸³

Nessa afirmação, fica clara a importância da obra de Paulo Coelho para a divulgação da leitura entre as massas. O leitor, que não tinha o hábito da leitura, começa a ler os livros de Paulo Coelho e, ao tornar-se mais crítico, passa a buscar outras obras, de outros autores, talvez melhores ou piores que o escritor carioca. Portanto, não há como negar que o primeiro contato com a obra coelhiana levou o leitor a buscar novos horizontes no âmbito da leitura.

O grande sucesso de vendas levou Paulo Coelho à Academia Brasileira de Letras e provocou, ainda mais, a ira de seus críticos. Alguns chegaram a afirmar que a Academia Brasileira de Letras, atualmente, só pensa no número de exemplares vendidos. E por esse

⁸² PAULO. *Os 10 pecados de Paulo Coelho*, p. 142.

⁸³ PAULO. *Os 10 pecados de Paulo Coelho*, p. 142-143.

motivo, figuras como Paulo Coelho e Jorge Amado passaram a fulgurar como membros da instituição.

O que alguns críticos, ao enfatizar os “pecados” da obra coelhiana, não percebem é que escritores como Paulo Coelho e Jorge Amado promovem a leitura em uma classe a que a literatura não chega; ou chega apenas no curto período em que as pessoas permanecem na escola. Para Sérgio Bars⁸⁴, ao veicular literariamente a ideia de que todos podem ser magos e de que a alma de cada leitor é a alma de Deus, Paulo Coelho dá uma cartada mercadológica com implicações culturais que não podem escapar à crítica acadêmica e, sobretudo, à crítica sobre os efeitos da comunicação e mercado.

A visada literária que recai sobre suas obras se deve menos ao posicionamento restrito da crítica do que a uma opção em circular entre teorias inalteráveis, já estabelecidas e canonizadas e exteriores à obra. Soma-se a isso um mal-estar em relação às novas configurações culturais, taxando-as de *sub*, *para* ou *contra*-literatura, como se fosse possível detectar nas obras consideradas subliterárias uma oposição radical ao que se denomina literatura. Ressoa, ainda, nas poucas análises das obras de Paulo Coelho a síndrome do crítico “sabe-tudo”, aquele a quem é imputado todo o instrumental necessário e a quem cabe perscrutar o *corpus* literário coelhiano sem ao menos tê-lo lido. Dessa forma, os pesquisadores críticos especializados, ao estudarem obras não-acadêmicas, fazem um recorte particular privilegiado, dentro de sua visão, para atribuir ao objeto o que cabe ou coube a outros objetos noutras configurações culturais.

Os romances de Paulo Coelho são desconsiderados por parte da crítica acadêmica e canônica, com raras exceções. Ao que podemos ler na biografia do autor⁸⁵, a primeira resenha crítica sobre sua obra foi a de Antônio Gonçalves Filho, do jornal *Folha de S. Paulo*, em 09 de agosto de 1988 - com algumas alterações e considerações pessoais e ataques diretos ao escritor -, a partir daí, o estereótipo se repete nas subsequentes críticas ao autor de *O alquimista*.

De acordo com a biografia do escritor, a crítica despertou para o seu trabalho a partir do lançamento de “*Brida*” em 1990. Antes, porém, já haviam taxado sua obra - *O alquimista* e *O diário de um mago* - de “uma síntese gelatinosa de ensinamentos que vão do cristianismo

⁸⁴Ver BARS. *Bruxo x Bruxo e a alquimia do sucesso*.

⁸⁵Ver MORAIS. *O mago*, p. 481.

ao budismo”⁸⁶; afirmação que, segundo Paulo Coelho, foi a primeira advertência da crítica para o preço da fama.

Na revista *Veja*, de 15 de abril de 1998, há a matéria intitulada “*O planeta Paulo Coelho*”, em que se lê o resumo da carreira de Paulo Coelho, os números do seu sucesso, por fim, um quadro contendo personalidades as quais são fãs do autor e, por outro lado, os críticos mais acirrados de sua obra. Dentre eles, destaca-se a afirmação de Wilson Martins⁸⁷, que afirma que a obra de Coelho é uma paráfrase dos grandes místicos; no entanto, esquece de relatar quem são os considerados grandes místicos e sobre o quê escreviam eles.

Para o crítico Luis Antônio Giron⁸⁸, em matéria já citada nesse trabalho, Paulo Coelho faz esse trabalho de intermediário entre a mística antiga, com o seu leque de pregadores e sermonistas, que vem desde (no Brasil) Montalverne, passando por Antônio Vieira e Antônio Conselheiro. De acordo com Giron, o autor de *Brida* sacia a sede dos leitores por esses assuntos e avisa àqueles que não gostam de religião e misticismo que não leiam os livros de Paulo Coelho.

De nossa parte, vemos que os críticos (a maioria) não conhecem e não são obrigados a conhecer a literatura dita mística e a considerada esotérica. Por isso, ao contrário de Giron e Wilson Martins, não podem ao menos afirmar que Paulo Coelho faz paráfrase; parecem ignorar que o autor se inscreve - mesmo que parafraseando - numa linha de pensamento místico-religioso que inclui desde San Juan de La Cruz e Eliphaz Levi, passando por Aleister Crowley, até os cientistas místicos Louis Pawels e Jacques Bergier (leitura confessa do autor no tempo de sua juventude) e muito da mística oriental (histórias edificantes do budismo e do zen budismo). Nesse desconhecimento do percurso ideológico e de leituras do autor, muitos críticos fazem análises redutoras de sua obra sem ao menos considerar o tradicional em análise: inquirir a ascendência literária das obras em estudo.

É evidente, no entanto, que os místicos e simpatizantes mencionados, elaboraram obras consideradas “profundas”, levando-se em conta o público restrito para o qual escreviam e o que escreviam. Se formos analisar “a falta de trepidação estilística de Paulo Coelho”⁸⁹, teremos de levar em conta o público para o qual Paulo Coelho escreve. Quanto à intencionalidade por trás dos escritos - tanto de uns quanto de outros - diferencia-se,

⁸⁶ Ver “O mago nas alturas”. In: *Revista Veja* Ano 23, Edição 1144, nº 33 de 22-08-1990. p. 56-62.

⁸⁷ Ver MARTINS Apud CAMACHO. In: *O planeta Paulo Coelho Revista Veja. 15 de abril de 1998*. In: <http://veja.abril.com.br/150498/p_094.html> Acesso em 12 de Abril de 2009.

⁸⁸ GIRON. *Paulo Coelho para o Nobel*, 21/11/2005.

⁸⁹ Ver PINTO. Um mundo transparente. In: *Cult- Revista Brasileira de Cultura*, p. 26-29.

sobremaneira, haja vista o próprio Paulo Coelho declarar que, entre outras coisas, seus livros são direcionados às “pessoas comuns”. Os críticos, nesse caso, não possuem ferramentas que diferenciem a escrita de Paulo Coelho de outros esotéricos do passado. Talvez por não terem o trabalho de ler os antigos e não terem a necessidade de ler o atual.

Cabe-nos salientar que, atualmente, as instituições formadoras de gosto e padrões não respondem só pelo nome de universidade ou escola. Existe uma variedade de suporte de leituras (revistas, gibis, *outdoors*, placas etc.) e aparelhos mais sofisticados de difusão dos bens culturais (TV, computador, rádio etc.) que, para o bem ou para o mal, tornaram-se objetos relacionais e norteadores da subjetividade.

O leitor de hoje, diferente daquele do passado (recente), apresenta interesses mais concretos. O que importa é uma literatura que trate de suas próprias inquietações e limitações. Para o leitor é necessária uma nova postura crítica, que compreenda e abarque seu tempo e seu mundo, mesmo que esse se assemelhe a um “mundo transparente” ou a um vale de lágrimas, pois é nele que a história continua enovelada em seus muitos suportes. Dessa forma, cabe à crítica buscar novas relações entre cultura e sociedade e precisa, antes de tudo, despir-se de seus mais arraigados preconceitos, como não querer ver (ler) o que está diante de seus olhos.

O referido artigo de Manuel da Costa Pinto levanta questões pertinentes que podem servir de referencial para uma crítica inicial. De nossa parte, apesar de certa ênfase na individualidade e na liberdade humana, *O alquimista* e os demais onze romances publicados até 2008 utilizam um “discurso mágico”, um comportamento social peculiar e um tipo de ritualismo. Ocorre, todavia, que devemos problematizar tais colocações, indagando qual o papel desempenhado pelos livros de Paulo Coelho na educação dos seus leitores: É possível ler Paulo Coelho sem encaixá-lo em um estilo literário? Será que toda sua obra responde a um só padrão de classificação?⁹⁰

Em alguns de seus livros (*Brida*, *O zahir* e *A bruxa de Portobello*) percebemos a construção de formas alternativas de espiritualidade⁹¹ alicerçadas em religiosidades que foram marginalizadas e reprimidas com violência pelo Ocidente ariano e cristão (o paganismo europeu, a magia e o mistério dos ciganos). É evidente, nos livros citados - além de *Na*

⁹⁰Essas questões também são levantadas por Manuel da Costa Pinto no artigo já mencionado “*Um mundo transparente*” da *Cult-Revista Brasileira de Cultura* (setembro de 2003) p. 26-29.

⁹¹ Um texto que delinea a espiritualidade das obras de Paulo Coelho foi desenvolvido pelo autor desta dissertação de Mestrado e faz parte do livro *Literaturas invisíveis: ficção científica, auto-ajuda e cia*, lançado recentemente pela editora da UFMS.

margem do rio Piedra eu sentei e chorei (1994) - um outro conceito de divindade, desvinculada da noção de masculino que paira como tradição conservadora na estrutura psíquica dos indivíduos: nesses livros, “Deus”, o elemento psíquico-subjetivo mais marcante de toda a História (metafísica), recebe também o nome de “Deusa”.

Diante disso, podemos entender o porquê de os livros de Paulo Coelho serem lançados em mais de cento e cinquenta países e traduzidos para cinquenta e seis idiomas. O autor tem um público fiel que atesta o sucesso de sua carreira. Portanto, para os seus leitores, não importa se o que ele faz é literatura com L maiúsculo ou minúsculo, ou se seus livros renovam ou recolocam questões a respeito da vida e dos valores. Parece-nos que o estudo da literatura de Paulo Coelho nos permite uma alternativa de apreensão do mundo sem os preconceitos canônicos e excludentes. Quando a literatura conceituada se apresenta hermética e inacessível para a maioria dos leitores, discutir teorias literárias por meio da cultura e de objetos considerados espúrios pode ser uma ponte que ligue o saber acadêmico à cotidianidade do mundo. Também observamos que, se a literatura de Paulo Coelho passa quase despercebida pela crítica institucional, por outro lado, ela ganha cada vez mais visibilidade nas mídias; logo, essa marginalização acadêmica da sua produção nem dialoga nem dinamiza a cultura, ao contrário, a obscurece.

2.2 Leituras da Crítica: novas abordagens

Em meio a uma sociedade privatizada e psicologizada, obcecada pelas mercadorias e bombardeada pelos *slogans* ideológicos dos grandes negócios, trata-se de reacender algum sentido do inerradicável impulso na direção da coletividade, que pode ser detectado, não importa quão vaga e debilmente, nas mais degradadas obras da cultura de massa, tão certo como nos clássicos do modernismo.

JAMESON. *As marcas do visível*, p. 35.

A posição do escritor, enquanto “figura de proa da indústria cultural”, reduz a sua atuação enquanto intelectual-crítico, e Paulo Coelho se reduz, de fato, ao mundo do estrelismo e do universo midiático contemporâneo, porém, ele faz concessões ao mundo social, problemático e político, embora as concessões sejam mínimas e não são as concessões que os críticos e os homens das letras preferem.

A literatura coelhiana deixa entrever a possibilidade do questionamento radical a respeito do mercado, dos conceitos de literatura e leitor no início do século XXI. Paulo Coelho traz à tona o eterno dilema que ronda os escritores. Escrever para a posteridade, ou para o momento? É possível “fazer” literatura com o fugaz, com a banalidade? É possível fazer concessão aos leitores e ao mesmo tempo ter um projeto artístico de emancipação? São questões que pairam sobre a literatura e o fazer artístico da atualidade.

A respeito de a literatura ser uma das possíveis linhas de discussão dos valores sociais, compete-nos pensar a respeito de quais valores estão sendo transmitidos pela literatura coelhiana. Se é possível não descuidar a capacidade de comunicação que tais obras propiciam, e se tais valores fundados na fugacidade e repetição dos estereótipos e clichês literários, filosóficos e religiosos respondem aos dilemas que norteiam ou afetam a cotidianidade.

Tzvetan Todorov em *A literatura em perigo*⁹² faz uma defesa da leitura e dos livros numa perspectiva inclusiva que vai dos romances de Dumas até *Harry Potter*. De acordo com Todorov, a leitura é um dos caminhos nos quais os leitores se encontram. O crítico sugere o “colocar-se” no lugar do personagem e das pessoas que leem determinado livro como uma maneira de compreendê-las. Essa orientação inclusiva da leitura pode ser lida, também, em Silvia Borelli, em seu trabalho de defesa da leitura do escritor Marcos Rei. Segundo ela, o romance de aventuras (uma das tipologias possíveis das narrativas):

(...) possui um padrão que se configura tanto pela contraposição a outras formas ficcionais quanto pela afirmação daquilo que realmente é. Não importa na aventura que os eventos estejam histórica e socialmente situados ou que reproduzam informações contidas na realidade. Uma boa aventura deve dialogar com paixões humanas elementares e cotidianas: medo, angústia, coragem, dedicação, liberdades, amor, morte. A aventura é fundante, localiza-se – assim como todas as paixões intrínsecas às relações entre os seres humanos nas conflituosas fronteiras entre natureza e cultura.⁹³

Assim, a ficção de Paulo Coelho, que já foi chamada de “turismo espiritual”⁹⁴, apresenta características de aventuras. Quase todos os livros, exceto *Verônica decide morrer* e *O demônio e a Sr^a Prym*, fazem do deslocamento espacial o mote para a construção da peripécia. Em todos eles há a busca por algo, as dificuldades a serem superadas e o encontro com o objeto do desejo. É óbvio, no entanto, que os romances do autor não fogem à estrutura do folhetim convencional com início, meio e fim. O que destoa nos romances coelhianos dos

⁹² TODOROV. *A literatura em perigo*, p. 82.

⁹³ BORELLI. *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*, p. 189.

⁹⁴ Ver PAULO. *Os 10 pecados de Paulo Coelho*, p. 34.

tradicionais é o objeto de desejo que assume uma aura de *mistério* e de *sagrado*, para se revelar ao fim como o descobrimento de um tesouro escondido ou do retorno à vontade de viver. Dessa forma, mesmo que de modo bem simples, os textos ficcionais de Coelho parecem sugerir ao leitor comum que ainda é possível viver e sonhar em um mundo cada vez mais acochado pela lógica do capital, ainda que os críticos os vejam como a mais “pura rendição” ao lugar comum. O leitor, por sua vez, segue lendo e discordando, uma vez que vê pelo próprio prisma as obras em questão.

Então, se apoiamos o exercício de ler, para o bem ou para o mal, e para nosso possível progresso enquanto leitores, é necessária a leitura, cabe-nos servir da reflexão de Todorov acerca da multiplicidade da leitura:

É por isso que devemos encorajar a leitura por todos os meios inclusive a dos livros que o crítico profissional considera com condescendência, se não com desprezo, desde *Os Três Mosqueteiros* até *Harry Potter*: Não apenas esses romances populares levaram ao hábito da leitura milhões de adolescentes, mas, sobretudo, lhes possibilitaram a construção de uma primeira imagem coerente do mundo, que, podemos nos assegurar, as leituras posteriores se encarregarão de tornar mais complexas e nuançadas.⁹⁵

Importa observar a assertiva de José Paulo Paes a respeito da literatura considerada como de “entretenimento” ou de “massa”, e o poder de formar leitores do porte de José de Alencar:

(...) Alencar não abjurou de toda a literatura de entretenimento. Num texto autobiográfico intitulado *Como e por que sou romancista*, lembra ele, entre outras coisas, a influência exercida sobre sua vocação pelos serões de família onde se liam em voz alta os romances românticos; mais tarde apaixonou-se por Fenimore Cooper, de cuja influência há traços em sua obra.⁹⁶

Para acompanhar mais de perto a crítica em relação a Paulo Coelho e sua obra, destacamos algumas opiniões de renomados intelectuais do porte de Eric Nepomuceno, Juan José Saer, Marlyse Meyer, Luciana Stegagno Picchio e Wilson Martins. A partir de uma breve análise podemos constatar a generalização com que a obra e o autor são tratados.

Parte da crítica apresenta um caráter mais informativo do que analítico em relação à produção coelhiana e, por isso, as opiniões a respeito da obra e do autor serem curtas e taxativas. Algumas deixam entrever um conhecimento sobre o autor e sua obra, outras resvalam no preconceito e na falta de critérios teóricos. A seguir, segue o trecho de uma entrevista do escritor Eric Nepomuceno:

⁹⁵ TODOROV. *A literatura em perigo*, p. 82.

⁹⁶ PAES. *A aventura literária: ensaios sobre ficção e ficções*, p. 33.

Não quero entrar no mérito da literatura de Paulo Coelho, e sim no mérito da injustiça que fazem com ele. Ele é um grande divulgador da literatura brasileira. Claro que fala da literatura dele, de sua maneira de ver o mundo e a vida (...). Ele convence editores estrangeiros a publicar a nossa literatura, e paga do bolso dele, apoio à tradução. Então se houver um diálogo entre os escritores brasileiros e o Paulo Coelho, evidente que ele pode nos ajudar (...).⁹⁷

Do crítico Juan José Saer, no mesmo *site*, encontra-se a seguinte afirmação:

É sempre inevitável falarmos aqui, em Paris, de Paulo Coelho. Você já deve ter percebido a febre (...). Coelho é um comerciante que maneja deliberadamente os analfabetos, os ignorantes. Faz-me sempre lembrar Logsamp Rampa, o autor de *O Terceiro olho*, aquele místico que nos anos 1950 se apresentava como um sujeito vindo do Tibete, mas na verdade era um inglês típico que fumava seu cachimbo e jogava críquete.⁹⁸

A postura de Eric Nepomuceno deixa entrever a importância do autor para o mercado da literatura: a capacidade do diálogo e a divulgação da literatura brasileira no exterior. Contrapondo-se a ele, José Juan Saer externaliza uma visão preconceituosa de que Paulo Coelho “maneja deliberadamente os analfabetos, os ignorantes”, e o relaciona a um antigo escritor místico charlatão. Juan Saer desconsidera a distância que separa a “mística” de Paulo Coelho de outras formas de misticismo.

Dessas citações, destaca-se a figura do autor em detrimento da obra, Eric Nepomuceno prefere não “entrar no mérito da literatura de Paulo Coelho” e Juan José Saer taxa o autor de comerciante. Agindo assim, a crítica – apesar de necessária – fica presa ao lugar comum das especulações, negligenciando o diálogo, mediado pelas obras do autor, com o mundo contemporâneo. Essa opção, por levar em conta apenas o homem Paulo Coelho, deixa escapar o mais relevante para a crítica: o fugaz objeto de desejo de milhões de pessoas ao redor do mundo, a obra.

A citação a seguir é da pesquisadora e historiadora da literatura Luciana Stegagno:

Difícilmente os escritores que vendem mais podem ser os melhores. São (sic) um fenômeno de gosto coletivo, não necessariamente um fenômeno artístico. Aprecio o fato de ele ter sabido falar às pessoas. *O alquimista* é uma fábula para crianças. Mas há tantas pessoas que quase não liam e agora lêem Paulo Coelho: ele sabe inclinar-se para falar com elas, soube encontrar aquelas palavras simples.⁹⁹

Opinião parecida tem Marlyse Meyer, quando faz um exercício de reconhecimento da literatura de Coelho, apesar de não tê-lo lido:

⁹⁷ Ver NEPOMUCENO. Trecho de entrevista concedida ao *Jornal do Brasil* em: 11/04/1998.

⁹⁸ Ver SAER. Trecho de entrevista concedida ao jornal *O Estado de São Paulo*. 02/11/1996.

⁹⁹ Ver PICHIO. Entrevista. In: *Relações literárias*. Revista *República*, jun. de 2000.

Comecei a ler e confesso – eu, que leio qualquer coisa – que tenho uma certa dificuldade em ir adiante, provavelmente pela escrita dele. Uma escrita média, que não é literatura, mas faz enorme sucesso. É um fenômeno que precisa ser muito bem estudado pela crítica (...). Na França conheci professores da Sorbonne que lêem Paulo Coelho e o adoram. O José Castello disse numa resenha de dois ou três anos atrás uma coisa que eu acho bem acertada: é uma escrita intermediária que não é grande literatura, mas tampouco é baixaria; uma escrita simples, de diálogos rápidos, com pouca fabulação. É uma leitura fácil para quem não está acostumado a ler. Mas alguma coisa o Paulo Coelho tem, algo que nós, críticos, ainda não identificamos (...).¹⁰⁰

Destaca-se a opinião de Marlyse Meyer e a sua confissão da dificuldade em ler Paulo Coelho. A crítica rotula a produção do autor como literatura média e que precisa ser “muito bem estudada”, e sua voz faz coro com a do escritor e jornalista literário José Castello¹⁰¹, ao atribuir à literatura coelhiana uma facilidade de leitura para os leitores menos experientes. A escritora reconhece, também, que Paulo Coelho “tem algo” que eles (os críticos) ainda não identificaram. Destaca-se, ainda, a posição de Luciana Stegagno ao atribuir ao escritor a capacidade de inclinar-se às pessoas e ter sabido usar palavras simples para falar com elas.

Do apanhado intencional que realizamos, sobressai-se a crítica de Wilson Martins que mapeia alguns mecanismos de eclosão da literatura coelhiana e, à medida que reconhece a necessidade de o aceitarmos como um dado da vida cultural brasileira, porém, o crítico nem sempre acerta, ao afirmar que a literatura coelhiana não faz refletir e que os livros sobre misticismo são sempre bem vendidos. É evidente que a literatura de Paulo Coelho faz refletir sobre outras coisas, não naquilo que o crítico gostaria que fosse pensado. Segue o trecho da entrevista do crítico Wilson Martins:

Grande parte de seu sucesso, é verdade, não passa de um efeito de marketing. Mas não se pode reduzir as coisas a isso. Seus livros respondem a uma necessidade espiritual, que não é apenas brasileira, mas universal, tanto que seus romances se tornam sucesso de venda em todas as partes do planeta. Paulo Coelho é autor de uma literatura que não faz pensar, ela apenas confirma aquilo que os leitores já estavam convencidos antes de abrir o livro. Todos os livros de misticismo vendem muito bem. Paulo Coelho talvez tenha estourado por ter sido o primeiro (...). Os livros de Paulo Coelho nos dão a impressão de que ele possui um segredo que não pode ser comunicado a ninguém. Mas você não pode entender a literatura de um país sem levar em conta fenômenos como ele. O Brasil é Rui Barbosa, é Euclides da Cunha, mas é também Paulo Coelho. Não podemos desprezá-lo como algo insignificante. Não sou leitor de seus livros nem seu admirador, mas ele deve ser aceito como um dado da vida brasileira contemporânea.¹⁰²

O escritor e pesquisador Maicon Tenfen, que defendeu uma dissertação de mestrado na Universidade Federal de Santa Catarina, no ano de 2002, intitulada *Alquimias, bruxarias e*

¹⁰⁰ Ver MEYER. Entrevista ao jornal *Folha de São Paulo*. 02/08/1998.

¹⁰¹ Ver PINTO. “*Literatura arrastando a vida*” entrevista com José Castello. s/d.

¹⁰² Ver MARTINS. Entrevista concedida ao jornal *O Estado de São Paulo*. 27/01/1996. In: *Relações Literárias*.

mercadorias: a narrativa de mercado e o fenômeno Paulo Coelho, traz outro enfoque sobre a literatura de Paulo Coelho. Nesse trabalho, Maicon Tenfen alude ao caráter pedagógico dos livros de Paulo Coelho que, por meio de ensinamentos em forma de provérbios, ao longo de seu texto, procura incutir lições. De acordo com Tenfen¹⁰³, Paulo Coelho escreve sobre a sua vida, daquilo que aprendeu na sua caminhada e, autorizado pela vivência, “ensina”. E os leitores, movidos pela busca de um ensinamento, aprendem. Segundo Tenfen, essa atitude é presente nas entrevistas de divulgação, nas quais Paulo Coelho fala basicamente de sua vida, da magia que aprendeu durante a caminhada e (o melhor para os nossos dias) da busca da felicidade. O mago, o mestre, o guia espiritual prevalece. O escritor fica em segundo plano.

Tenfen, todavia, deixou de analisar as outras facetas do escritor: a sua relação com o mercado editorial e com seus pares. A acolhida de sua literatura no mundo todo e os seus leitores “insuspeitos” noutros lugares e com outras ideologias.

A atuação de Paulo Coelho no cenário editorial brasileiro em fins de milênio ajudou a dessacralizar o objeto livro e a atividade de leitura, que na condição de artigo de luxo, (que ainda é) era restrito a um imaginário superior e a uma parcela privilegiada, e exposta em lugares de difícil acesso (grandes livrarias). O escritor enxerga o livro como uma mercadoria que, tal qual refrigerante, tem de estar em todos os lugares.

O texto enxuto, na medida certa, sem ornamentos e excessos, que atinge diretamente o leitor que se vê nas páginas impressas. Essa maneira direta de escrever visa a objetivos bem claros, ou seja, vender livros e, conseqüentemente, ampliar o número de leitores. A esse respeito, o trecho a seguir é sintomático da escrita coelhiana:

Começou a ler o livro que tinha conseguido com o padre de Tarifa. Era um livro grosso, que falava de um enterro logo na primeira página. Além disso, os nomes dos personagens eram complicadíssimos. Se algum dia escrevesse um livro, pensou ele, ia colocar um personagem aparecendo de cada vez, para que os leitores não tivessem que ficar decorando nomes.¹⁰⁴

Por isso, a estética coelhiana é de fácil compreensão; seu estilo é o do mínimo denominador comum. Talvez, por conta disso, essa aversão, por parte da crítica, à literatura do autor.

O modo como a crítica especializada vem tratando a obra de Paulo Coelho tem variado muito no decorrer do tempo. Se já houve e ainda há casos de críticos que se recusam a estudar ou a emitir um juízo crítico a respeito do autor, hoje a resistência é menor. Há críticos,

¹⁰³ Ver TENFEN. *Bruxarias, alquimias e mercadorias*, p. 108.

¹⁰⁴ COELHO. *O alquimista*, p. 41.

tais como Antônio Gonçalves Filho e o escritor Ziraldo, que concordam em que Paulo Coelho tem uma capacidade narrativa extraordinária apesar de não produzir alta literatura e escrever mal. Em matéria da *Revista Língua Portuguesa*, Ronaldo Albanese¹⁰⁵ comenta que em edição anterior, o cartunista e escritor Ziraldo declarou: “Pode-se fazer um romance escrevendo feio. Paulo Coelho escreve mal, feito poucos, mas é um narrador extraordinário”. Ainda nessa entrevista, Albanese transcreve a opinião do crítico de arte Antônio Gonçalves Filho para o qual, “Paulo Coelho é um ótimo narrador cujo sucesso se deve mais à capacidade de suprir necessidades de um tipo de leitor em busca de mensagens positivas para a vida do que à produção de alta literatura”.

A matéria intitulada “A marca do Coelho”, da *Revista Língua Portuguesa*, traz, também, opiniões de críticos que fazem observações contrastantes da obra de Paulo Coelho. Lúcia Helena, professora de Teoria da Literatura da Universidade Federal do Rio de Janeiro, afirma que o autor “num mundo de analfabetos, ele escreve com correção técnica”. Raciocínio semelhante é o de Susana Kampff Lages, da Universidade Federal Fluminense (UFF), ao afirmar que a literatura coelhiana pretende solucionar as questões com autoajuda.

Em contraponto a essa visão, há pesquisadores que, como Maria Ivoneti Bussardo Ramadan¹⁰⁶, veem a obra de Paulo Coelho por outro prisma e a enxergam com qualidades como “despertar a narrativa interior” dos leitores e tecer laços afetivos. Nessa linha, o já citado crítico de arte Antônio Gonçalves Filho¹⁰⁷ adverte que “não devemos ter preconceito quanto a Paulo Coelho. Há espaço para todos e isso é bom”. No que concerne à literatura propriamente dita, o crítico admite ser fluente e de fácil compreensão, mas, em grande parte falta “densidade psicológica nos personagens”.

Para o pesquisador Richard Romancini,¹⁰⁸ Paulo Coelho esteve numa travessia em busca de respeitabilidade por parte da crítica e do mercado editorial. Ainda de acordo com Romancini, o sucesso do autor é devido ao fato de a escola não formar leitores, por isso, a razão de seu sucesso estaria na razão inversa dos nossos insucessos em trabalhar literatura no contexto escolar. De forma jocosa, Romancini declara à revista que, se Paulo Coelho fosse adotado nos currículos, em pouco tempo os estudantes não mais o leriam.

¹⁰⁵ Ver ALBANESE. A marca do coelho. In: *Revista Língua Portuguesa* n. 06, p.37-41, 2006.

¹⁰⁶ Ver ZIRALDO *apud* ALBANESE. A marca do coelho. In: *Revista Língua Portuguesa* n. 06, p. 38.

¹⁰⁷ Ver GONÇALVES FILHO *apud* ALBANESE. A marca do coelho. In: *Revista Língua Portuguesa* n. 06, p.38.

¹⁰⁸ Ver ROMANCINI *apud* ALBANESE. A marca do coelho. In: *Revista Língua Portuguesa* n. 06, p. 38.

Como se pode observar, atualmente, Paulo Coelho e sua literatura consegue dividir opiniões. Há polarizações em torno à sua escrita. De um lado aqueles que criticam; de outro, aqueles que elogiam e, vez por outra, alguém faz uma análise mais acurada de sua produção. Importa observar, no entanto, que há posicionamentos críticos discordantes sobre a possibilidade da obra de Coelho ser literatura.

Em Paulo Coelho, o embaralhamento de fronteiras de classe, etnia, gênero e opção ideológica transforma-se num fator de difícil classificação por parte da crítica erudita. Sendo assim, há os que procuram classificá-lo apenas a partir de uma tipologia de análise, o que é o caso do crítico João Alexandre Barbosa na revista *Cult*¹⁰⁹ (2003). Apesar de fazer uma análise contundente do lançamento da época (*Onze minutos*), o crítico aprofunda os aspectos textuais, formais da obra coelhiana. O resultado é considerá-la como uma “entrega, ou rendição total ao lugar comum”. O crítico afirma que o escritor pratica uma literatura suficiente para levá-lo à Academia Brasileira de Letras, mas, ao mesmo tempo, o mantém fora da Literatura.

Agindo assim, o crítico contribui para estabelecer hierarquias e diferenciações entre as muitas formas de ver o mundo social, que acarreta – entre outros fatores – no limite da prática social, preconceitos contra leitores de determinadas ficções e, por último, contra aqueles que não leem o que a crítica lê. É claro que a problemática pode ser vista de outro ângulo, por meio do qual a literariedade reivindicada pela crítica seria uma aferição da capacidade de cada escritor em seu comprometimento com a língua e com a renovação da literatura.

Assim, a obra coelhiana não passa despercebida da crítica. Enquanto João Alexandre Barbosa faz uma leitura formal e tradicional de um romance de Paulo Coelho, Regina Lúcia de Araújo, em seu livro *Paulo Coelho: O signo da lenda pessoal*¹¹⁰ faz uma análise abrangente da produção coelhiana, detendo-se em aspectos mitológicos, psicológicos, históricos e literários do *corpus* em estudo (os sete primeiros romances e as primeiras coletâneas de crônicas, contos e mensagens).

A leitura de Araújo (2004) merece que nos detenhamos sobre suas afirmações para melhor compreender a literatura de Paulo Coelho. A autora afirma que a literatura do autor é didática, alegórica e mitológica. Para exemplificar seguem passagens elucidativas da escrita da autora:

¹⁰⁹ Ver BARBOSA. Dentro da academia, fora da literatura in: *Cult - Revista Brasileira de Cultura*, p. 32-35, 2003.

¹¹⁰ Ver ARAÚJO. *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*.

Reitero que o mito tem presença preponderante nas narrativas de Coelho e funciona como elemento de ligação entre culturas diversas e, ainda, como recurso alegórico de veiculação da ideologia do narrador, sobretudo no que diz respeito ao signo que identifica sua obra: acreditar nos sonhos e persegui-los, a exemplo de suas personagens.¹¹¹

A pesquisadora nota a presença do mito nas narrativas coelhianas como um recurso do narrador para veicular sua ideologia individualista e romântica, que postula a felicidade individual como possível e necessária na sociedade atual, a despeito da coletividade.

Araújo (2004) reconhece que o didatismo é um dos elementos que podem fazer parte da literatura. Segundo a autora, a literatura de Paulo Coelho trabalha com esse recurso:

Como foi visto, sob a denominação de literatura didática, agrupa-se um conjunto de obras, em verso ou em prosa, que tem como objetivo principal divulgar os princípios e as leis de determinada ciência, as regras e os preceitos de uma arte ou os conteúdos morais, metafísicos, filosóficos ou outras informações (...). A maior parte das literaturas contam(sic) com obras que, sob forma literária, incluem conteúdo didático (...). Mas Scholes e Kellogg(1977) falam em ficção didática, que é como caracterizo as narrativas que constituem objeto dessa crítica literária.¹¹²

Regina Lúcia de Araújo (2004) afirma que “a maior parte das literaturas” inclui conteúdo didático. Importa observar que não há demérito por parte da autora sobre tais obras.

Araújo (2004) não protesta contra o didatismo na literatura coelhiana. Na verdade, poucos são os críticos que o fazem, mesmo assim não explicam de que modo uma literatura didática, que veicula mensagens de otimismo – a despeito da realidade –, pode ser prejudicial ao leitor.

Ao reportar-se à alegoria, a pesquisadora a diferencia de metáfora e do símbolo. A alegoria seria, então, “uma série de metáforas sucessivas” enquanto o símbolo é “uma imagem natural que revela uma realidade que torna perceptível um sentido distinto daquele que lhe atribuímos”, a alegoria “foi considerada como uma conceituação convencional e arbitrária, a materialização de certa idéia abstrata”.¹¹³ Dessa maneira, a alegoria para a autora é um conceito expresso por uma imagem. Assim, compreendemos os conceitos/imagens que aportam à literatura coelhiana, a saber: *Lenda pessoal*, *Alma do mundo* e *Linguagem dos sinais*, todos pertencem à narrativa de *O alquimista*, daí que:

O leitor terá condições de levar mais longe determinada proposição filosófica se esta for expressa na linguagem simbólica da alegoria. É o que acontece em relação às

¹¹¹ ARAÚJO. *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*, p. 83.

¹¹² ARAÚJO. *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*, p. 96.

¹¹³ Ver ARAÚJO. *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*, p. 90.

narrativas de Coelho. O narrador quer instigar o leitor a identificar e perseguir sua lenda pessoal e isso é feito por meio da linguagem alegórica de que faz uso.¹¹⁴

Assim, a alegoria funciona como fator de empatia entre narrador e leitor. Aqui não é supérfluo lembrar os recursos metalinguísticos das assim chamadas “altas literaturas” (Machado de Assis, Lawrence Sterne, Dostoiévsky), que interpelam o leitor no sentido de fazê-lo compreender que o que se está lendo é tão somente ficção, e que a vida real está noutra lugar. A semelhança entre alegoria e metalinguagem relaciona-se à potencialidade de ambas em convocar o leitor e direcioná-lo à realidade extratextual.

Todo o livro de Regina Lúcia de Araújo é esclarecedor em relação à literatura coelhiana. A autora analisa com propriedade o fenômeno, chegando a fazer paralelos entre a literatura coelhiana e o sistema filosófico denominado existencialismo, que se encontrariam numa linguagem de parentesco, pois:

O existencialismo é um movimento filosófico e literário, pertencente aos séculos XIX e XX, mas os seus elementos podem ser encontrados no pensamento (e na vida) de Sócrates, na bíblia e no trabalho de muitos filósofos e escritores pré-modernos.¹¹⁵

Apesar de encontrar semelhanças entre a ficção de Paulo Coelho e o existencialismo, a crítica observa, sobretudo, as diferenças:

E meu objetivo, ao conceituar o existencialismo, tem duas razões básicas, ambas relacionadas à caracterização da narrativa de Coelho. A primeira está relacionada a algumas reflexões de cunho existencial veiculadas por algumas de suas personagens. A segunda é a diferença do uso dos recursos alegóricos entre Coelho e outros autores considerados existencialistas como Camus, Kafka e Felício. O questionamento existencial leva à reflexão, enquanto o questionamento existencial mítico conduz o leitor ao mágico por meio do didatismo e do psicológico implícitos em sua linguagem literária.¹¹⁶

O que se nota na observação de Regina Lúcia de Araújo é sua desaprovação no que se refere ao “questionamento existencial mítico”, uma vez que este pode levar ao didatismo e ao psicologismo. Ou seja, as personagens coelhianas encontram-se angustiadas e perdidas no vazio da contemporaneidade e, em vez de procurarem alternativas a esse vazio, elas se quedam diante das propostas prontas da religião, do magicismo e do senso comum. É importante observar que, nesse ponto, o raciocínio da pesquisadora aproxima-se levemente da visão de Eloésio Paulo no seu livro *Os dez pecados de Paulo Coelho* (2007) quando este aponta na ficção coelhiana o mesmo sentimento de angústia e de reflexão existencial. Devido

¹¹⁴ ARAÚJO. *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*, p. 90.

¹¹⁵ ARAÚJO. *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*, p. 97.

¹¹⁶ ARAÚJO. *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*, p. 97-98.

à abordagem restrita que faz Eloésio Paulo à obra de Paulo Coelho, as suas conclusões (diferentes da de Araújo) são caracterizadas pelo subjetivismo depreciativo:

(...) mas tudo indica que, a despeito da baixa qualidade literária de seus produtos, subjaz a ele uma intuição, essa sim, de grande qualidade. No nível mais simples de compreensão, uma intuição de que “tá tudo errado” (...) O tema tem larga tradição literária, remontando pelo menos ao Renascimento: a idéia de um mundo em crise, da contradição entre as exigências da sociedade e as aspirações mais íntimas do indivíduo.¹¹⁷

Eloésio Paulo considera a literatura de Paulo Coelho de baixa qualidade sem desconhecer que existe uma “intuição” de grande qualidade, que se encontra nos livros do autor, e que participa de um dos períodos da história da arte.

Dessas abordagens, o que se sobressai é o exemplo em estudar a obra coelhiana. No primeiro caso, um estudo mais amplo, pormenorizado com o aporte da teoria literária, da mitologia e da psicologia transpessoal; no segundo caso, o próprio Eloésio Paulo é esclarecedor a respeito do seu método crítico, pois, segundo ele: “o principal ponto de referência que um crítico ainda tem para aferir o valor de uma obra literária: o conjunto de outras obras que conseguiu conhecer até o momento da comparação”.¹¹⁸ Desse raciocínio quantitativo do crítico, percebe-se o quanto ele leu para rotular os “lapsos estilísticos” do escritor Paulo Coelho e catalogá-los ao número de dez.

Ao refletirmos a abordagem crítica da obra de Paulo Coelho, não podemos excluir de nossa análise o que disseram os escritores sobre a obra coelhiana. Desse modo, é relevante observarmos a opinião de Cristóvão Tezza – em entrevista ao *Ciberarte* – um dos mais premiados escritores da atualidade. Ao ser questionado sobre se a literatura de consumo destrói a arte, Cristóvão Tezza (2003) prefere relativizar:

Depende do artista. Na literatura, escrever para ser lido, para ter sucesso, é uma coisa que pode existir (e pode naturalmente corromper o trabalho em função disso). No entanto, não é uma coisa fácil. As pessoas falam do Paulo Coelho, que escreve só o que o público quer ler, mas tem dez milhões de candidatos a Paulo Coelho, e só ele deu certo.¹¹⁹

Ainda que afirme que Paulo Coelho escreve apenas só o que o público quer ler, Cristóvão Tezza não deixa de reconhecer que a empreitada é difícil e que muitos não atingem o patamar atingido pelo escritor. De nossa parte, optamos por relacionar vários fatores ao

¹¹⁷ PAULO *Os 10 pecados de Paulo Coelho*, p. 17-18.

¹¹⁸ PAULO. *Os 10 pecados de Paulo Coelho*, p. 15.

¹¹⁹ Ver TEZZA. Parte da entrevista dada à CIBERARTE - *Revista de arte e cultura* entrevista Cristóvão Tezza. s/d.

sucesso do autor, dos esquemas de *marketing* até a propaganda entre os próprios leitores, passando pela aprovação de autoridades internacionais que leem seus livros e culminando com uma peculiar qualidade, que é a de serem de fácil leitura e agradável para quem, mesmo estando imerso nos afazeres do mundo, ainda assim é capaz de ler as obras do autor.

A posição do escritor Milton Hatoum está centrada na defesa de uma literatura erudita e canônica, revelando desconhecimento das permutabilidades que envolvem, hoje, os mundos artísticos, publicitários, acadêmicos e de mercado. Para Hatoum:

Os escritores, hoje, querem a chave do sucesso a qualquer preço e a influência de Paulo Coelho se tornou, nesse sentido, muito maléfica. Ele pode ser um sucesso, mas não é um sucesso literário, porque o que ele faz não é literário. As obras de qualidade precisam de longo tempo para serem (sic) digeridas.¹²⁰

O escritor Milton Hatoum parece desconhecer a história editorial recente, da qual Paulo Coelho desponta como um grande contribuidor no sentido de potencializar a profissionalização do mercado e a tiragem de livros, com estratégias de *marketing* até então pouco utilizadas por escritores. De acordo com seu primeiro editor, Ernesto Mandarino, da antiga Editora Eco, Paulo Coelho atuou no sentido de “dignificar a tiragem de livros” no Brasil que antes dele – excetuando-se Jorge Amado – era de três mil exemplares.

Pela citação de Hatoum (1998) entrevê-se que o escritor defende a literatura que precisa de um longo tempo para ser digerida, ao passo que condena os escritores que querem ter sucesso a qualquer preço. É possível que ele tenha razão, mas não completamente, ao sugerir que o sucesso de público pode desabonar uma obra, ou que obras de qualidade não podem ser criadas em períodos curtos. Milton Hatoum, apesar de ser contemporâneo, está preso a um conceito antigo de literatura; aurática, exclusiva e elitista. Para entendermos melhor nosso tempo é necessário estarmos atentos ao que enfatiza Sílvia Helena S. Borelli:

No mundo da moderna produção literária, destacam-se três personagens: editoras, autores e livros. Num tempo que antecede a este, as editoras quase não existiam ou tinham outro significado. O que importava, realmente eram os autores e os livros.¹²¹

Portanto, valorar positivamente as obras que demoram a serem gestadas e “digeridas” não poderia significar desvalorizar obras que são produzidas em escala industrial. O que deve ser buscado é uma nova forma de valorar umas e outras, atentando às diversas instâncias que atualmente concorrem para a produção, circulação e consumo de determinadas obras. Outra questão que se impõe a partir disso é saber quem (além dos críticos) estaria

¹²⁰ Ver HATOUN. Entrevista concedida ao jornal *O Estado de S. Paulo*, 14/11/1998.

¹²¹ BORELLI. *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*, p. 85.

credenciado a dar um atestado de validade ou estaria gabaritado a fazer a arqueologia literária para prescrever o que deve ou não ser lido. Parece ser mais democrático que a maioria das pessoas escolha por si, e entre si, o que querem ler, ao invés de uma minoria acima, e à revelia de muitos, escolher e trabalhar esclarecendo a multidão.

A posição do escritor e jornalista literário José Castello, em entrevista à Sônia Oliveira Pinto no artigo *Literatura arrastando a vida*¹²², pode ser considerada de muita lucidez em relação a Paulo Coelho e sua escrita. Apesar de sua “repulsa” às obras do autor, pode-se detectar a atribuição de valor aos livros de Paulo Coelho, baseando-se na opinião dos leitores e em um conceito amplo do que é literatura:

Eu não gosto da literatura de Paulo Coelho, acho uma literatura primária, agora, eu tenho um enorme respeito por ele, porque o cara conseguiu o que ele conseguiu tantas pessoas apaixonadas pela escrita dele (...) quer dizer que alguma coisa tem de valor, ele conseguiu tocar em algum ponto, em alguns pontos sensíveis, com enorme habilidade (...) agora o que eu acho odioso, primeiro essa tentativa de desqualificar o Paulo Coelho, “não, não é um escritor”, “não, não faz literatura”, o que ele faz então? Xadrez? Cozinha pra fora? É literatura sim, você pode dizer que é literatura ruim, que você não gosta, que te dá até repulsa, mas é literatura.¹²³

Há três trabalhos críticos que se destacam por estudar a obra coelhiana com seriedade e referenciais teóricos que permitem uma visada mais adequada para analisar a literatura do autor, a participação de seu leitor para a feitura das obras e, no rastro da crítica biográfica, a vida e a obra enquanto instâncias inseparáveis. Assim, Ivan Luiz de Oliveira¹²⁴ faz uma análise da leitura de *O alquimista* por detentos da penitenciária de Maringá, no Paraná, e Maicon Tenfen¹²⁵ da UFSC faz um estudo – no terceiro capítulo de sua dissertação – sobre a obra e a vida de Paulo Coelho enquanto resultados e posturas decorrentes da indústria da cultura. Já Vânia Correia Cafeo, na dissertação de mestrado *A literatura e o intelectual na sociedade de consumo: uma leitura de O zahir*, de Paulo Coelho (2009), constrói a sua dissertação pesquisando teorias sobre o consumo e a marca autoral na sociedade capitalista de mercado.

O trabalho de Ivan Luiz de Oliveira (2007) é esclarecedor a respeito da importância da leitura de *O alquimista* por um grupo de pessoas que escapam à esfera de visão da

¹²² PINTO. “*Literatura arrastando a vida*” entrevista com José Castello. s/d.

¹²³ PINTO. “*Literatura arrastando a vida*” entrevista com José Castello. s/d.

¹²⁴ Ver OLIVEIRA. *A liberdade vigiada: estudos sobre os modos de recepção da obra O alquimista*, de Paulo Coelho, pelos detentos da penitenciária estadual de Maringá. Dissertação de mestrado. UEM 2007, 130f.

¹²⁵ Ver TENFEN. *Alquimias, bruxarias e mercadorias: a narrativa de mercado e o fenômeno Paulo Coelho*.

academia. Nesse trabalho, Oliveira problematiza o conceito de literatura e liga-o a nichos e escolha institucional, ou preferencial.

Maicon Tenfen, ainda que respaldado pela escola de Frankfurt – o que o permite condenar de antemão a indústria cultural –, enfatiza a possibilidade de Paulo Coelho ser um desmistificador dos chamados assuntos “ocultos”, banalizando-os numa espécie de jornalismo esotérico. De acordo com Tenfen (2002):

Está aí o mestre, o novo mestre, um mestre *soft*, embora medievaresco, um mestre necessário nesse mundo de incertezas e crises, um mestre que emana sabedoria justamente porque renuncia à perigosa tarefa - tão comum no século XX - de ser dono da verdade.¹²⁶

Vânia Correia Cafeo trabalha a questão da marca construída pelo autor e pelo mercado do livro que propicia ao escritor vender sua imagem ao mesmo tempo em que vende sua mercadoria. Desse modo, nas palavras da pesquisadora:

No contexto de nossas argumentações é que caminha o mercado editorial que se vê diante da necessidade de criar e de adequar novos produtos aos interesses de um público distinto social e culturalmente, interesses que, por sua vez, parecem partir deste público, mas que, na verdade, são criados para eles, englobados por todo um jogo mercantil em que o interesse pouco parece estar atrelado à obra, e mais a quem a produziu.¹²⁷

Dos apontamentos críticos ora levantados, nota-se que, apesar de muitos críticos reconhecerem a importância de Paulo Coelho nos quesitos popularidade e vendagem de livros, ainda é patente por parte da crítica o desconhecimento ou a aversão à literatura do escritor carioca. Do lado da crítica menos canônica, é levada em conta a preferência do “leitor comum”, mesmo que com ressalvas. Do lado da crítica erudita, o unilateralismo dos críticos literários continua perpetuando o desconhecimento da obra do autor por esta não ser digna de figurar como objeto de estudo. Talvez, esse processo ocorra porque os críticos eruditos julgam ser dispensável ler e apresentar a obra de Paulo Coelho aos leitores, talvez por miopia crítica. Dessa forma, a distância entre os leitores e a crítica se perpetua, contribuindo para aumentar a segmentação e a setorialização da literatura. Como disse, de forma irônica, o escritor Paulo Coelho numa entrevista a Camila Barcellos do *JB online*: “Os escritores escrevem, os críticos criticam e os leitores lêem. Continuamos cada um fazendo a sua parte”.¹²⁸

¹²⁶ TENFEN. *Bruxarias, alquimias e mercadorias*: a narrativa de mercado e o fenômeno Paulo Coelho, p. 97.

¹²⁷ CAPEO. À margem da Academia, no centro do sucesso: uma receita à moda Paulo Coelho, p. 59.

¹²⁸ Ver BARCELLOS. *Bienal entrevista Paulo Coelho*. s/d.

Cumprido, no entanto, ressaltar que o “valor” das obras de Paulo Coelho é imputado, especialmente, por seus leitores que vislumbram nelas alguns aspectos de profundidade, prazer e comoção, características estas que performam o gosto literário das pessoas que não se entregam à literatura como arte apenas da palavra, da metaficção ou do ensaísmo científico. Assim, se a literatura coelhiana é apreciada pelos leitores, mormente, isso se deve ao fato de a sua literatura escapar àquilo da qual a literatura beletrista e problemática não escapa: o raciocínio metalinguístico, os torneios de linguagem e o pessimismo crítico a respeito do mundo e das relações sociais.

CAPÍTULO III

MEMÓRIA E AUTOBIOGRAFIA

Penso estar aproximando o texto da literatura de seu autor, a vida da ficção, a fantasia do real, uma das possíveis estratégias com vistas a tornar a crítica literária uma prática vinculada à experiência, à medida que a grafia se vê contaminada pela bio. Não se trata de um interesse pelas anedotas biográficas, de deixar-se levar pela curiosidade grosseira por este ou aquele detalhe de vida do escritor, mas de interpretá-lo na sua condição de personagem, muitas vezes representado na sua natureza dispersa, contraditória e variável, oculto aqui, visível em outro lugar.

Eneida Maria de Souza. *Tempo de pós-crítica*, p. 129.

3.1 Aproximações à obra de Paulo Coelho

Ao refletirmos sobre a questão da memória na esteira dos Estudos Culturais, um dos textos seminais foi “*Tempo de pós-crítica*”¹²⁹ de Eneida Maria de Souza (2003). Nele vemos a construção passo a passo de seu percurso de pesquisadora, crítica das diversas correntes da crítica literária. Partimos das análises da autora para pensar o nosso objeto de estudo no que se refere à influência do percurso histórico *sobre* a sua escrita e *de* sua escrita sobre o seu percurso histórico.

Assim, o caminho de leitura que seguimos leva-nos a cotejar escrita e vida; os imbricamentos entre uma e outra, e quando uma delas sobressai-se à outra. Portanto, ao fazermos uma leitura crítica do trabalho de Souza (2003), estaremos prefaciando a abordagem crítica que faremos a seguir em relação ao nosso objeto de estudo e reflexão.

Em *Tempo de pós-crítica*, Eneida Maria de Souza constrói o memorial, que é um apanhado crítico de seu percurso acadêmico. Dentro do texto, vemos surgir o aparato teórico

¹²⁹ SOUZA. *Tempo de pós-crítica*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

de uma vida: desde as citações de Derrida, Foucault, Compagnon, Kristeva e o muito, e preferencialmente citado, Roland Barthes.

Ao construir o seu texto, Souza (2003) reconstrói a teia da memória, que é um emaranhado de preferências, desde o caminho percorrido junto às amizades literárias até o seu percurso histórico, os quais sedimentaram o seu itinerário enquanto pesquisadora, professora e cidadã. Assim, parafraseando Roland Barthes – um de seus autores preferidos – podemos conjecturar que a autora faz no memorial um “enlace” que junta a sua existência e a sua obra em um mosaico de fragmentos autorreflexivos.

A autora, então, se dá no texto como uma personagem da qual ela pode falar, sobre a qual podemos falar, sem, no entanto, descaracterizar e/ou estereotipar-se, uma vez que a sua aparição baseia-se no estatuto de “convidada”, tanto textual quanto contextualmente. Como personagem, a autora se instala na vida e como crítica se libera dos grandes relatos, pois o saber que hora compartilha com os sujeitos está permeado desse caráter simbólico de ficção e – unindo as duas pontas do fio – a ficção na qual está inserida é permeada pela teoria. Dessa forma, o seu pensamento encontra e se junta no arquipélago da memória ao do crítico argentino Ricardo Piglia – uma de suas referências – quando este diz que alguém ao escrever sua vida está escrevendo suas leituras.

Nas palavras de Eneida de Souza, em *Tempos de pós-crítica*, “a escrita decifra o texto-arquivo como palimpsesto: inscritos em camadas sobrepostas que ora aparecem, ora se esvaem: a rasurada e a superfície”.¹³⁰ Nesse processo de feitura e refazimento de textos no qual o sujeito da escrita e da história se delineia, há as preferências e os esquecimentos que constituem, no mundo prático da opção acadêmica e no mundo discursivo da constituição de sentido, o diálogo possível e necessário entre a intelectual, suas particularidades e a instituição.

Nesse compasso, a autora se constitui como sujeito fragmentado que confronta a teoria e a vida, menos no sentido de ressaltar uma e diminuir a outra, do que na esteira da confluência que responde aos ditames do tempo, no qual o corpo físico e histórico se encontram para responder às solicitações do seu tempo.

A respeito da prática intelectual nas condições atuais das instituições acadêmicas a autora postula que:

Acreditar na efemeridade e na falta de hierarquia dos discursos; na constante reformulação de seus pressupostos; no empenho de democratização das condições

¹³⁰ Ver SOUZA. *Tempo de pós-crítica*, p. 33.

de trabalho e na possível articulação simbólica entre teoria e prática, obra e vida não seriam uma das possíveis saídas para o intelectual de nossos dias?¹³¹

Esta solicitação corresponde às fases pelas quais seu cabedal teórico passou e se enriqueceu e, nesse segmento, a sua crítica deixou de ser apenas estrutural e interna aos textos para se tornar cultural, social e política. A partir dessa inserção é que a autora pôde se ver em um cenário amplo em que a crítica mais relevante se constituía como uma metacrítica, que só pode ser feita por meio de uma autocrítica. A partir de tal posição, inicia-se a postura interdisciplinar que encontra no estruturalismo de Lévi-Strauss, na psicanálise freudiana e na semiologia barthesiana (carro-chefe do descentramento teórico e crítico), que ao revisar os preconceitos eurocêntricos e o racionalismo científico, abre um precedente para o campo dos saberes.

A confluência entre psicanálise e literatura, que havia rendido a Freud a possibilidade de transitar entre os domínios concernentes a uma e outra, possibilita a autora fazer outra leitura dos objetos de estudo, com a qual se possa ler não apenas o que está escrito, mas, sobretudo, aquilo que foi recalcado, escondido, tanto na literatura quanto no domínio da cultura geral.

Daí, a autora corroborar o discurso psicanalítico por sua constituição metafórica:

Como afirmei anteriormente, os conceitos pertencentes ao domínio psicanalítico tem importância para o estudo da literatura na medida em que recebem tratamento metafórico e por atuarem em diferentes discursos, seja o artístico seja o ensaístico.¹³²

Valendo-se desse mote, a pesquisadora torna-se: ”menos rígida, nos meus ensaios mais recentes, a barreira entre a ficção e a vida, ou entre a teoria e a ficção”.¹³³ Aqui há uma retomada de Barthes e o postulado de um saber *dramático* em que o lugar do sujeito no ensaio e na ficção é construído pela “encenação de subjetividades”.

Diante do desejo de “tornar o campo teórico da literatura um discurso sem fronteiras”¹³⁴, a pesquisadora enreda-se pelo caminho da crítica biográfica e crítica genética que propiciam o entrelaçamento entre vida e obra, entre teoria e prática, possibilitando o estudo do autor enquanto personagem de sua própria obra, intercalando o mundo vivido com o escrito e percebendo as implicações entre ambos. Aqui ensejamos a possibilidade de estudar a escrita, a literatura em geral no rastro de Eneida de Souza e Ricardo Piglia e a possibilidade,

¹³¹ SOUZA. *Tempo de pós-crítica*, p. 141.

¹³² SOUZA.. *Tempo de pós-crítica*, p. 111.

¹³³ Ver SOUZA.. *Tempo de pós-crítica*, p. 110.

¹³⁴ Ver SOUZA.. *Tempo de pós-crítica*, p. 129.

entre tantas, de a obra literária se constituir como texto-memória, sujeito ao arquivamento e desarquivamento por parte do escritor, do leitor e do crítico.

Em “Notas sobre a crítica biográfica”¹³⁵, Eneida Maria de Souza alude à natureza compósita de tal crítica e às possibilidades que se abre para “além dos limites intrínsecos e exclusivos” da literatura, articulando o saber teórico com o saber ficcional. Ainda de acordo com a autora, tal prática é uma das marcas da pós-modernidade, que conclama à democratização dos discursos e o apagamento das fronteiras entre alta literatura e cultura de massa. Souza (2003, p. 1005) já observara que a proliferação das biografias, da cultura de massa, dos acontecimentos cotidianos é, também, imposição de leis do mercado. No entanto, não lemos nenhum demérito da autora em relação a tais constatações e muito menos à literatura. Percebemos que, ao considerar as outras manifestações culturais, há uma estratégia inclusiva que pode ampliar o campo da literatura. Dessa forma, Eneida Maria de Souza (2002) salienta que:

Se a instituição agisse em comum acordo com o mercado, haveria uma boa oportunidade de diálogo entre a literatura e a mídia, a academia e os meios de divulgação cultural. O mercado inclusive tem o poder de criar uma mitologia literária que não corresponde às preferências acadêmicas, as quais se insurgem contra a rapidez e a inconseqüência das opiniões e resenhas semanais.¹³⁶

Servindo-nos da crítica biográfica e da crítica cultural, enquanto uma possibilidade de diálogo entre as teorias literárias e corroborando as postulações teóricas da autora, levantamos aqui a problemática acerca da ampla produção das indústrias de cultura e indústrias midiáticas de nosso tempo e a necessidade de se estudar essa produção para delinear os contornos de uma estética do simples, do cotidiano. O mesmo conceito tem Denílson Lopes no seu livro de ensaios *A delicadeza* (2007), quando diz, citando Foster, que “a reconexão entre arte e vida se deu nos termos da indústria cultural, não nos das neovanguardas”.¹³⁷

Partindo da implicação da descrença “no poder legitimador das instituições”¹³⁸ que pervade o mundo contemporâneo, Souza postula o caráter paradoxal dos conceitos que regem o mundo pós-moderno e, para a autora, o que deveria estar em pauta são as possíveis contradições que o alimentam, pois a efemeridade e a falta de hierarquia contemporânea não

¹³⁵ Ver SOUZA. *Crítica cult*, p. 105.

¹³⁶ SOUZA.. *Crítica cult*, p. 88.

¹³⁷ Ver LOPES. *A delicadeza*, p. 86.

¹³⁸ Ver SOUZA. *Tempo de pós-crítica*, p. 133.

se restringem apenas aos valores, mas também aos discursos e, assim fazendo, permite que o intelectual possa ensaiar a reformulação dos conceitos, possa articular simbolicamente a teoria e a prática com vistas a uma conduta ética. Essa articulação se dá na necessidade de intercâmbio em que a teoria e a prática fazem um gesto em direção à comunicação intersubjetiva entre sujeito e objeto.

A nova postura acadêmica viria da politização dos saberes, da questão das minorias e das suas reivindicações que coincidiram com o momento de crise atravessado pelas instituições, culminando com a oficialização da literatura comparada e a abertura transdisciplinar, preparando, assim, o caminho para os Estudos Culturais que, de acordo com Eneida Maria de Souza, levantam a questão da associação entre teoria e política, segundo a qual a prática intelectual é uma forma de intervenção no momento histórico. Assim, a partir da ideia de intervenção no momento histórico, o pensamento de Souza se junta ao de Denílson Lopes na sua defesa de uma estética do cotidiano a qual é pautada pela questão ética de como intervir no mundo, que sabemos, não é o ideal ou real, mas o virtual, consensual, atravessado pelos multimídias.

O sujeito que produz e o sujeito que consome cultura interveem no mundo à sua maneira. Essa intervenção dá-se de múltiplas formas. A questão que se impõe é a de saber como ela se dá. A consequente postura da autora no ensaio “O não-lugar da literatura”, do livro *Crítica cult*, parece delinear uma resposta ao reportar-se à memória e ao que essa tem de “reduto” e “resquício”. Reduto das grandes obras e resquício do, entre outras manifestações, universo da cultura de massa¹³⁹, uma vez que essa proposição talvez possa ser invertida sem dano para a análise do momento atual.

Dessa hipótese, sobressai-se o fundo híbrido no qual se movimentam a teoria e a memória. Talvez, a questão que deveríamos levantar é: em relação a determinado autor qual é a memória que foi transmitida, roubada, inventada, e como ele se apropria e, por seu modo, a transmite?

3.2 O imaginário cultural midiático em *O alquimista*

Esse sentimento da vida como aventura – o que torna possível falar de deambulação existencial – pode ser vivido de múltiplas maneiras.

¹³⁹ Ver SOUZA. O não-lugar da literatura. In: *Crítica cult*, p. 81.

Com efeito, ele se concretiza nas formas do vagabundo, do peregrino, do nômade ou mesmo do caroneiro contemporâneo. Da mesma maneira, o aventureiro propriamente dito, o artista, o boêmio, o estudante, etc. participam desse arquétipo. E é certo que a ficção romanesca, do romance didático à literatura popular, passando pelo romance de iniciação, cujo modelo é talvez H. Hesse, tudo isso cristaliza ou enobrece a profunda convicção segundo a qual a continuidade da existência é feita de múltiplos afastamentos, de momentos particulares que escapam, por sua precariedade, a uma lógica determinante.

MAFESOLLI. *A conquista do presente*, p.132-133.

Essas questões fazem parte da nossa indagação em relação à obra do escritor Paulo Coelho, mais especificamente em relação ao seu romance *O alquimista* (1988). Interessa-nos, em se tratando de memória, a abordagem e a releitura efetuada pelo autor, mediado pela indústria cultural, da sua vivência e dos mitos que embalam o mundo contemporâneo. Entre os mitos revigorados pela dinâmica social está o de Narciso, nas análises de Gilles Lipovetsky. Segundo o filósofo francês:

Narciso não mais se encontra imobilizado diante da sua imagem fixa, aliás, nem mesmo mais imagem tem e nada mais é do que uma busca interminável de Si Mesmo, um processo de desestabilização ou flutuação psi comparável à flutuação monetária ou à flutuação da opinião pública: Narciso se colocou em órbita.¹⁴⁰

O “Narciso” na obra de Paulo Coelho também reflete essa busca de *Si* pelo viés do simplismo, ou seja, sua busca termina, sempre, sob os holofotes da mídia ou com as bênçãos de Deus. Seus heróis, se não deparam com o *vazio* de si, parecem estar perenemente inflados pelo excesso de confiança.

Certa vez, Jorge L. Borges ao responder sobre a questão da estética disse não professar nenhuma e arrematou dizendo crer que cada tema impõe sua estética, e diz como deve ser tratado.¹⁴¹ Se trouxermos a reflexão do escritor argentino é devido ao fato de haver uma de suas histórias reapropriada no livro *O alquimista* e, também, devido ao poeta ser constantemente citado pelo escritor Paulo Coelho. A história de Borges é uma apropriação de uma das histórias de *As mil e uma noites* e chama-se “A história dos dois que sonharam”, encontra-se no livro *História universal da infâmia* publicado em 1935.

Ao falarmos da estética cotidiana ou estética da comunicação tentamos fazer uma ponte de observação da cotidianidade, a sua produção e reprodução nos meios de comunicação de massa.

¹⁴⁰ LIPOVETSKY. *A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*, p. 3.

¹⁴¹ Ver FONSECA. *O Pensamento vivo de Borges*, p. 25.

No fluxo e refluxo de imagens que permeiam a sociedade contemporânea, a primazia do tema que se impõe ao escritor e ao crítico já vem com as marcas da multirreferencialidade. Se, por um lado, a primazia do tema nos leva à aceitação do cotidiano, o seu mapeamento e a procura de sua estética, por outro, corremos o risco de perpetuá-lo. Por isso, Denílson Lopes enfatiza a necessidade de uma estética “da comunicação, não dos meios de comunicação de massa”.¹⁴²

A estética do cotidiano de Lopes preconiza a experiência como uma forma de comunicação, ou seja, a experiência que “tem por função retirar o sujeito de si, fazer com que ele não seja mais o mesmo”.¹⁴³ Nesse ponto, indagamos sobre os acontecimentos cotidianos, sobre sua relevância para a construção de subjetividades, da intersubjetividade, e se é possível, nas brechas das experiências midiáticas, folhetinescas e virtuais, encontrar essa possibilidade de ser outro sendo cada vez mais si mesmo.

Parafraseando Borges, poderíamos afirmar que as imagens das mídias se transformam, com o tempo, em imagens pessoais.¹⁴⁴ A esse respeito, importa saber o que afirma Maria do Rosário Gregolin (2003) a respeito da mídia e do imaginário:

(...) a mídia produz sentido por meio de um insistente retorno de figuras, de sínteses-narrativas, de representações que constituem o imaginário social. Fazendo circular essas figuras, ela constrói uma “história do presente”, simulando acontecimentos-em-curso que vêm eivados de signos do passado. Se analisarmos o funcionamento discursivo da mídia, poderemos entrever esses movimentos de resgate da memória e de estabelecimento do imaginário de uma identidade social.¹⁴⁵

A partir daí, podemos inferir que a cultura midiática, aquela que Denílson Lopes inclui na sua estética do cotidiano, vem performando o imaginário coletivo e, de certa forma, sendo performada por ele. Nessa linha de reflexão, Maria do Rosário Gregolin nos alerta para a ocorrência de reciprocidade entre as formas do imaginário e a representação do real:

Os trajetos simbólicos, construtores do imaginário social, dependem de um diálogo entre sujeitos, entre enunciadores (que fazem circular concepções de mundo) e enunciatários (que as interpretam, reconhecendo-as ou não). Nesses trajetos, através de múltiplos imaginários, traduzem-se visões de mundo que coexistem, superpõem-se ou excluem-se enquanto forças reguladoras do cotidiano. O real é, pois, sobredeterminado pelo imaginário; nele, os sujeitos vivem relações e representações reguladas por sistemas que controlam e vigiam a aparição dos sentidos.¹⁴⁶

¹⁴² Ver LOPES. *A delicadeza*, p. 30.

¹⁴³ Ver LOPES. *A delicadeza*, p. 26.

¹⁴⁴ Ver BORGES. *O pensamento vivo de Borges*, p. 125.

¹⁴⁵ GREGOLIN. O acontecimento discursivo na mídia: metáfora de uma breve história do tempo, p. 96.

¹⁴⁶ GREGOLIN. O acontecimento discursivo na mídia: metáfora de uma breve história do tempo, p. 98.

Se existe muito de transitório e descartável na sociedade consumista e se os livros e filmes são produzidos para serem consumidos e esquecidos imediatamente, temos de discutir o papel de toda e qualquer produção cultural, que mesmo sendo produzida em massa, o seu consumo se mantém estável no decorrer dos anos. Estamos aventando a hipótese de que uma obra permanece por que algo nela (para além dos mecanismos multimidiáticos e econômicos) toca àquilo a que chamamos memória, fundo existencial comum da espécie, imaginário ou, simplesmente, a possibilidade de haver algo nela que a torne sagrada para seus fruidores.

Na visão de Walter Benjamin, a obra escrita perdeu sua aura, transformando-se em mercadoria, mas não se pode dizer o mesmo dos valores, não se pode dizer o mesmo dos valores, que, em vez de se baratarem, estão cada vez mais em alta na sociedade contemporânea. Dessa forma, produções que abordem, superficial ou radicalmente, qualquer um dos bastiões (amor, relacionamentos, bem-estar, saúde, etc.) da sociedade do hiperconsumo, tendem a se transformar em emblema. Gilles Lipovetsky (2007), em sua leitura da sociedade atual, afirma:

Pois a decomposição dos valores tem limites: os direitos humanos, as liberdades públicas e individuais, o ideal de tolerância, a rejeição da violência, da crueldade, da exploração dos mais fracos são princípios que não naufragaram (...). Sempre receptivo à infelicidade de outrem, sempre desejoso de sentir-se útil aos outros, o coração do indivíduo hiperconsumidor não deixou de bater: é ritmado de uma (sic) outra maneira.¹⁴⁷

Então, passo a passo com a perda da aura, as narrativas tendem a perder o seu conteúdo *hard*, o seu peso no mundo e a sua irreverência, sem, no entanto, descurar da problemática humana, agora desviada para outros moinhos de vento. Dessa maneira, a narrativa coelhiana desenrola-se sob o signo da leveza, mas em sintonia com os dilemas humanos de sua época, dentre os quais o da intersubjetividade e o do respeito ao próximo; temas mencionados por Lipovetsky (2007) como fundamentais para a compreensão de nosso tempo. Vários trechos de *O alquimista* corroboram o que estamos afirmando; dentre eles, a passagem em que, após compartilharem livros e impressões sobre a vida, o personagem Santiago conclui:

O rapaz voltou a contemplar o silêncio do deserto e a areia levantada pelos animais. “Cada um tem sua maneira de aprender”, repetia consigo mesmo. “A maneira dele

¹⁴⁷ LIPOVETSKY *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*, p. 146-147.

não é a minha, e minha maneira não é a dele. Mas ambos estamos em busca de nossa Lenda Pessoal, e eu o respeito por isto”.¹⁴⁸

Ainda nesse contexto, o personagem delinea-se enquanto indivíduo em formação, para o qual as coisas mais simples se constituem como novidade. Devido a isso, o livro é composto de muitas frases e conselhos. Porém, o que conta é a maneira como o jovem apreende as “pequenas coisas” da vida:

Resolveu andar sem pressa e sem ansiedade pelas pequenas ruas de Tânger: só desta maneira ia conseguir perceber os sinais. Isto exigia muita paciência, mas esta é a primeira virtude que um pastor aprende. Mais uma vez percebeu que estava aplicando naquele mundo estranho as mesmas lições que suas ovelhas lhe ensinaram.¹⁴⁹

Retomando a questão das narrativas e dos seus inúmeros suportes, percebe-se, ao menos para alguns, a sua relativa democratização, pois as narrativas não são privilégios de “entendidos”, pelo contrário, elas estão circulando pelos cabos, redes, telas e páginas, modulando o mundo social e produzindo imbricamentos. Esses imbricamentos talvez precisem ser mapeados nas várias manifestações culturais. Assim, citamos Denílson Lopes quando o autor alude (a respeito da Bossa Nova) que “a interculturalidade se produz mais por comunicações midiáticas do que por movimentos migratórios”.¹⁵⁰ Adicionamos ao comentário de Canclini, a possibilidade de a interculturalidade se produzir, também, sem a atuação das elites ou do governo.

Podemos cogitar, salvo as devidas diferenças, que caso semelhante é o do escritor Paulo Coelho, que até onde se sabe não se serviu da subvenção do Estado ou da elite cultural para ter a obra divulgada e lida em quase todo o mundo. O circuito do autor, que antes fora marginal, é agora o das mídias escritas e audiovisuais. O seu “produto” estabelece uma relação de comunicação e continuidade com seu público. Aqueles que em outra ocasião o escritor denomina de “pessoas comuns”.¹⁵¹

Seguindo a necessidade de lançar um olhar crítico à narrativa considerada mercadológica, serviremo-nos da poética do cotidiano de Denílson Lopes que preconiza um desejo de “revalorização da narrativa como forma de se aproximar do público, de se

¹⁴⁸ COELHO. *O alquimista*, p. 140.

¹⁴⁹ COELHO. *O alquimista*, p. 73-74.

¹⁵⁰ Ver LOPES. *A Delicadeza*, p. 186.

¹⁵¹ Ver COELHO. *Entrevista concedida ao programa Roda Viva*, da Rede de Televisão Bandeirantes 125m, 1990.

aproximar do mundo contemporâneo”¹⁵², porém, quando o cotidiano se nos afigura, hoje, como o lugar do comum, do incomum, das personalidades e personagens enleadas pela mídia e seu cortejo imagético, cabe-nos, também, a tarefa de reaproximar leituras, literaturas e teorias ao carrossel midiático, se não quisermos alargar ainda mais a *falha geológica*¹⁵³ entre o intelectual, a literatura e a cidadania.

Assim, retomando o que fora abordado no tocante aos possíveis leitores, que são interpelados pelas formas visuais de leitura, o crítico Silviano Santiago enfatiza que:

As orelhas dos cidadãos brasileiros lêem mais ávida e consistentemente do que os nossos olhos, mesmos os alfabetizados. Estes, por descaso dos governantes, acabaram se desacostumando das linhas negras e paralelas dispostas em sucessivas páginas brancas, encadernadas em livros. Foram sendo habituadas às formas visuais da linguagem, propostas cotidianamente, ontem pelo cinema e, hoje, primordialmente pela televisão.¹⁵⁴

A transmigração do texto lido para o texto ouvido apresenta-nos um modelo de compreensão da realidade de forma linear, não aprofundada e ligeira. A ficção (assim como as demais práticas culturais humanas), não necessariamente todas elas, adere ao gosto do público leitor/expectador. Dessa forma, a poética do cotidiano que se pretenda englobante há que abrir os olhos para a tela do texto.

Correndo o risco de parecer acríptico ou simplório, levanto a possibilidade de uma literatura como enleio, contrapondo-se em muitos casos à ideia de literatura como elevação. Entre outros fatores, o que mais conta agora é a literatura em que a visibilidade e a acessibilidade dão as cartas do jogo. Nem todos podem ler, quase todos podem assistir e assim como as novelas e séries hollywoodianas estão ao alcance de um botão, a literatura que transmigra não mais se restringe às telas e aos *outdoors*, antes passa pelos rótulos e marcas. Regina Lúcia de Araújo (2003) enfatiza que o texto literário, no caso da literatura de massa, se torna mais acessível e menos contestador:

A informação passa a valer mais que a dúvida ou o questionamento e o texto refletirá isso. No ápice da racionalidade, a intuição preenche lacunas, onde falta o conhecimento das letras ao grande público. Pois, além de proporcionar a exploração sistemática da curiosidade do público, pelo conteúdo informativo presente na obra, os textos mantêm uma estruturação característica pela presença de personagens, às

¹⁵² Ver LOPES. *A delicadeza: estética, experiência e paisagens*, p. 42.

¹⁵³ Termo usado por Silviano Santiago para referir-se ao silêncio e descaso dos cidadãos letrados e intelectuais no tocante aos debates e às reflexões sobre o grande evento histórico europeu (a queda do muro de Berlim em 1989) e suas conseqüências para a língua portuguesa falada no Brasil.

¹⁵⁴ SANTIAGO. *O cosmopolitismo do pobre*, p. 176.

vezes caracterizados como heróis, e pela abundância de diálogos, que permitem uma adesão mais intensa do leitor à trama.¹⁵⁵

Não é preciso ir longe para perceber que parte da mídia (mais especificamente o rádio, as revistas, semanários e a televisão) encena nas suas ficções a busca pela felicidade a todo custo, a ideologia do consumo e do sucesso e a exaltação dos sentimentos. Não postulamos aqui a desimportância de tais tópicos, no entanto, atentamos para o fato de, normalmente, serem tratados na sua superfície.

Retomando Silviano Santiago¹⁵⁶, no ensaio “O narrador pós-moderno”, do livro *Nas malhas da letra* (1989), vemos que a experiência não pode ser transmitida de uma geração à outra, sendo os mais velhos incapazes de ensinar algo aos mais novos devido ao desencontro temporal. Concordamos com o crítico, mas complementamos que a linguagem, a crença e os mitos são transmitidos à revelia de quem os ouve.

Voltando ao nosso objeto de estudo – *O alquimista*, de Paulo Coelho – e ressalvadas as devidas diferenças, lembramos que, se o narrador pós-moderno de Silviano Santiago se abstém de intervir na vida de seus personagens, o narrador de *O alquimista* não só intervém, como a sua intervenção parece ser constitutiva para o desenvolvimento da trama. Segue como exemplo, um trecho em que o narrador se antecipa ao desejo do jovem pastor:

Pois, afinal de contas, tudo o que ele queria era exatamente isto: conhecer mundos novos. Mesmo que ele jamais chegasse até as Pirâmides, ele já tinha ido muito mais longe do que qualquer pastor que conhecia. “Ah, se eles soubessem que a apenas duas horas de barco existem tantas coisas diferentes”.¹⁵⁷

A proeminência do narrador na história é tal que podemos vislumbrar o próprio protagonista como títere e depositário das histórias alheias, peça de manobra do narrador onisciente. Procuramos explicar a prepotência do narrador coelhiano¹⁵⁸ na hipótese de ele representar e reforçar não experiências, no sentido de experiência que Silviano atribui ao narrador pós-moderno, mas cristalizações consensuais ou autoritárias de crenças e instituições preconceituosas que passam ao largo da vida cotidiana e sua historicidade; no entanto, sendo capazes de se fazerem falar e ouvir. Como exemplo, segue a passagem em que o personagem Santiago consulta uma cigana para que ela revelasse o sonho repetido que ele tivera:

¹⁵⁵ ARAÚJO. *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*, p. 121.

¹⁵⁶ Ver SANTIAGO. O narrador pós-moderno. In: *Nas malhas da letra*, p. 45.

¹⁵⁷ COELHO. *O alquimista*, p. 71.

¹⁵⁸ Termo cunhado pelo historiador Mário Maestri em: *Por que Paulo Coelho teve sucesso*.

Parecia uma reza cigana. O rapaz já havia encontrado muitos ciganos pelo caminho; eles viajavam e, entretanto não cuidavam de ovelhas. As pessoas diziam que a vida de um cigano era sempre enganar aos outros. Diziam também que eles tinham pactos com demônios, e que raptavam crianças para servirem de escravas em seus misteriosos acampamentos. Quando era pequeno o rapaz sempre tinha morrido de medo de ser raptado pelos ciganos, e este temor antigo voltou enquanto a velha segurava suas mãos.¹⁵⁹

Assim, à semelhança das histórias para crianças em que a voz da autoridade que as conta – porque mais velhos, porque detém o monopólio do saber, porque são pais – reclama o crédito e também a crença indiscutível, o narrador coelhiano reclama a crença e convoca uma sensibilidade comum que compartilha o fato de que já fomos crianças e tutelados que, no pior dos casos, se tendemos a negar isso, a realidade se impõe com mão de ferro ou palavras sedutoras. As palavras dos narradores coelhianos, vez por outra, aludem à “voz interior” dos leitores. “– Não deixe que eles percebam seu medo – disse o Alquimista. – São homens corajosos, e desprezam os covardes”¹⁶⁰, ou “Só uma coisa torna um sonho impossível: o medo de fracassar”¹⁶¹. Sendo assim, elas ecoam nas pessoas propiciando que rememorem àquelas que são ouvidas ou lidas cotidianamente nos meios de comunicação de massa.

3.3 A literatura coelhiana: entre imagens e simulacros

Ora, mas a mídia hoje não se define como um puro dispositivo técnico embora o suporte técnico seja necessário. Não é também uma forma fechada em torno de uma gramática expressiva – o *midium* é um conceito maior do que o conceito de televisão, de rádio, de jornal, de internet, quer dizer, o *midium* é propriamente o conceito dessas formas, é o conceito do desdobramento tecnológico da cidade humana. Significa: o *midium*, a mídia, é uma espécie de prótese ontológica para o controle das novas subjetividades por tecnologias informacionais.

SODRÉ. *O bios midiático na cena social contemporânea*, p. 10.

Houve um tempo em que se ouvia o seguinte bordão: “Quem lê viaja”. Atualmente, temos: “Ler também é um exercício, leia mais”.¹⁶² Além dos méritos que tais propagandas possam ter no que concerne ao incentivo à leitura, lemos um pouco mais de perto, colados ao

¹⁵⁹ COELHO. *O alquimista*, p. 35.

¹⁶⁰ COELHO. *O alquimista*, p. 212.

¹⁶¹ COELHO. *O alquimista*, p. 212.

¹⁶² Campanhas de incentivo à leitura da Rede Globo de Televisão, s/d.

texto a ideia do leitor como viajante, aquele que reúne em si os emblemas de aventureiro ou paladino da leitura; palavras que condensam por si só uma miríade de significados. Assim, podemos pensar naquele que busca o conhecimento pelo complexo prazer que disso advém, ou, nesse outro que empenha seu tempo e suas armas por uma causa.

Assim, encontramos em *O alquimista* um personagem secundário (o Inglês) afeito à leitura. No caso desse personagem, os livros (de alquimia) servem, apenas, para que ele possa descobrir o segredo de transformar metal em ouro (portanto, para ele, os livros têm uma utilidade prática e servem como um meio):

Já havia gasto parte da fortuna que seu pai lhe deixara, buscando inutilmente a Pedra Filosofal. Tinha freqüentado as melhores bibliotecas do mundo, e comprado os livros mais importantes e mais raros sobre alquimia. Num deles descobriu que há muitos anos atrás, (sic) um famoso alquimista árabe havia visitado a Europa. Diziam que ele tinha mais de duzentos anos, que havia descoberto a Pedra Filosofal e o Elixir da Longa Vida.¹⁶³

Já o personagem Santiago deixa entrever um descrédito em relação à leitura. Para ele, os livros não podem conter número excessivo de personagens e, sobretudo, a leitura não pode desconcentrá-lo de seu objetivo. A seguir, o trecho do livro que pode ser criticado por diversas razões (o desmerecimento da leitura, o elogio do ócio, a preguiça intelectual):

O rapaz também tinha um livro, que havia tentado ler nos primeiros dias de viagem. Mas achava muito mais interessante olhar a caravana e escutar o vento. Assim que aprendeu a conhecer melhor seu camelo e a se afeiçoar a ele, jogou o livro fora. Era um peso desnecessário, apesar de o rapaz haver criado a superstição de que toda vez que abria o livro, encontrava alguém importante.¹⁶⁴

Ao tentar desmerecer a leitura, no entanto, Santiago dá mostras de seu projeto de vida e propósitos. Para o jovem pastor, a leitura serve apenas para distrair-lhe enquanto o tão aguardado tesouro não é encontrado. Dessa forma, Santiago desmitifica o seu modo de ler. A leitura, para ele, é fuga de seu propósito.

A professora Regina Lúcia de Araújo, ao analisar a ocorrência do mito na obra de Paulo Coelho, faz considerações pertinentes à nossa discussão:

E o pastor Santiago, em *O alquimista* (1988), é o mito do buscador transcendental (Sísifo), sempre reatualizado pelo ser humano que sai em busca de um tesouro simbólico, algures, ou rolando pedras montanha acima, para descobrir, ao final, que ele está ao seu lado ou dentro de si mesmo.¹⁶⁵

¹⁶³ COELHO. *O alquimista*, p. 103.

¹⁶⁴ COELHO. *O alquimista*, p. 114.

¹⁶⁵ ARAÚJO. *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*, p. 79.

O mito da leitura que equivale ao saber e o mito do leitor enquanto descobridor podem ser lidos aqui noutra chave: a do ocultamento da causa das coisas. Porém, a assertiva de Araújo está na questão da reatualização do mito, pois o pastor Santiago não é um herói transcendental, assim como a leitura nem sempre pode ser considerada como “viagem” ou “exercício”. É óbvio que fazemos uma das tantas interpretações possíveis e sabemos que há os que interpretam as frases mencionadas ao pé da letra. Para esses, a frase “Ler também é um exercício, leia mais”, pode estimular a curiosidade e, além disso, ser a deixa para se comparar a leitura a um único e simples significado: o de saúde e bem-estar.

Um olhar mais acurado no mundo das letras e dos leitores permite observar que nem todos que leram e leem são, no sentido psico-biológico, sujeitos modelo de saúde; por outro lado, a prática de esportes (salvo exceções) está mais ligada às competições e ao cultivo do exibicionismo do corpo perfeito do que a um hábito saudável e espontâneo.

No entanto, a leitura pode suprir o *déficit* de informação, pode ampliar a possibilidade de encontro entre leitores e obras, pode promover o entretenimento e fornecer conhecimentos e instruções para as pessoas. Dessa forma, Gilles Lipovetsky (1989) defende a importância da informação e do consumo da cultura de massa:

O reflexo elitista-intelectualista é aqui manifesto: o que diverte não poderia educar o espírito, o que distrai só pode desencadear atitudes estereotipadas, o que é consumido só pode opor-se à comunicação racional, o que seduz a massa só pode engendrar opiniões irracionais, o que é fácil e programado só pode produzir o assentimento passivo. Contra-senso radical: o universo da comunicação conduz maciçamente a sacudir as idéias aceitas, a fazer ler, a desenvolver o uso crítico da razão; é máquina de tornar complexas as coordenadas do pensamento, de despertar exigências de argumentação, ainda que num quadro simples, direto, pouco sistemático. É preciso operar uma revisão de fundo: o consumo midiático não é o coveiro da razão, o espetacular não abole a formação da opinião crítica, o show da informação prossegue a trajetória das Luzes.¹⁶⁶

Esse desvio que fizemos procura mostrar que a leitura, mesmo a considerada digestiva, é tema de campanha e de defesa. Por isso, a nossa atenção se voltar, também, para a literatura de massa, para a propaganda e seus consumidores, pois entendemos que não se pode nem se deve ignorar a mensagem, nem seu destinatário. Devemos sim analisar as formas por meio das quais se organizam, arquivizam e desarquivizam as mensagens na atualidade. Dessa forma, estaremos nos aproximando dos textos do modo como sugere Diana Klinger (2007):

Portanto, uma primeira aproximação à *escrita de si* na ficção contemporânea deveria, sem dúvida, inscrevê-la no espaço interdiscursivo desses outros textos -

¹⁶⁶ LIPOVETSKY. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*, p. 225.

não-literários - da cultura contemporânea, que evidenciam que esta ficção está em sintonia com o “clima da época” (*Zeitgeist*).¹⁶⁷

A partir da reflexão de Denilson Lopes e por seu interesse nos debates acerca dos meios de comunicação de massa que figuram “não só como técnica ou mercadoria, mas experiência, afeto, memória”¹⁶⁸, cogitamos a possibilidade de que o rádio, a televisão, os telejornais, as revistas e os periódicos vêm, literalmente, apropriando-se da técnica literária (haja vista o grande número de filmes e seriados adaptados de livros) e transmitindo às letras a sua técnica ligeira, a sua temática e imagética espetacularizadas, que podem ser copiadas sem se mencionar os direitos autorais.

Nesse duplo jogo de influências em que as mídias consignam a literatura e transformam-na em mero aparato da imagem, a literatura, por sua vez, absorve a técnica midiática para a sua configuração. Mais uma vez não estamos rebaixando ou enaltecendo tais ou quais textos, até porque podemos indagar a respeito das narrativas, entre elas as de Paulo Coelho, o que Verônica Eloi de Almeida (2003) afirma a respeito das produções em massa da televisão (os *realities shows*). Daí o nosso questionamento se pautar pelo de Almeida, quando se trata de vislumbrar o potencial das narrativas midiáticas:

Por isso, assim como Eco, Martín-Barbero afirma que há brechas na recepção dos meios de comunicação de massa. Por exemplo, apesar de tais meios veicularem a idéia de um mundo perfeito, nem por isso deixa de haver conflito, desconforto e insatisfação pessoal.¹⁶⁹

Desse modo, configura-se a impossibilidade de totalização do texto midiático. Cada um lê na sua chave de absorção, com reaproveitamento ou rejeição parcial. Além disso, a relação com o aparato midiático traz outras possibilidades para a literatura; dentre elas a economia do texto, a concisão e o foco na mensagem, a ruptura com o esteticismo e valorização do conteúdo. Em relação à estética da mídia, convém estarmos atentos ao que enfatiza Joris Vlasselaers (1998):

No domínio da estética, as questões da *repetição* e da *novidade* merecem atenção especial quanto ao seu uso específico no contexto da literatura e da mídia. De acordo com a teoria da informação, reconhecimento e familiaridade são condições necessárias para uma comunicação eficiente. Estratégias narrativas da televisão não se guiam por choques informativos, rupturas ou omissões, nem se fundamentam em uma conclusão teleológica rigorosa. O *medium* prefere repetição e iteração para

¹⁶⁷ KLINGER. *Escritas de si, escritas do outro: o retorno do autor e a virada etnográfica*: Bernardo Carvalho, Fernando Vallejo, Washington Cucurto, João Gilberto Noll, César Aira, Silvano Santiago, p. 23.

¹⁶⁸ Ver LOPES. *A delicadeza: estética, experiência e paisagens*, p. 84.

¹⁶⁹ ALMEIDA. “*Os Realities Shows*” e o respeitável público da vida privada, p. 42-43.

alcançar uma abertura digressiva que deixe o espectador descobrir o que espera que aconteça e o que dá o prazer recorrente de reconhecimento.¹⁷⁰

Poderíamos traçar outro paralelo. Nessa época em que as mídias são supremas, assistimos à supremacia do autor que aparece “ao vivo” nas entrevistas e filas de autógrafos das feiras de livros. Se antes a sua arte fora auratizada; hoje é a sua pessoa, sua presença que adquire esse *status*, a despeito de sua constante presença. Em relação à cultura midiática, Diana Klinger afirma:

Nela se produz uma crescente visibilidade do *privado*, uma espetacularização da intimidade e a exploração da lógica da celebridade, que se manifesta numa ênfase tal do autobiográfico, que é possível afirmar que a televisão se tornou um substituto secular do confessionalismo psicanalítico.¹⁷¹

Se o autor já renunciou a posteridade, ao contrário de Nietzsche, quando escreveu “eu sou uma coisa, meus escritos são outra”¹⁷², atualmente adere ao lema mais pragmático segundo o qual “quem não é visto, não é lembrado”. Para tanto, adere ao *marketing*, às frequentes aparições na televisão e à promoção de sua marca. Diana Klinger, no seu estudo sobre escritores latino-americanos contemporâneos, esclarece essa situação a respeito do retorno dos autores à mídia:

Como produto da lógica da cultura de massas, cada vez mais o autor é percebido e atua como sujeito midiático. Se além disso, o autor joga sua imagem e suas intervenções públicas com a estratégia do escândalo ou da provocação (...) torna-se problemático afirmar ainda que “não importa quem falou”.¹⁷³

Como se sabe, o começo da carreira do escritor Paulo Coelho foi permeado de aparições públicas, palestras, entrevistas aos jornais, revistas e programas de televisão, intentando divulgar sua obra a partir de estratégias inusitadas como alardear uma possível capacidade sobrenatural de fazer ventar e chover, além de (até hoje) ligar seu nome ao exótico mundo da magia e do esoterismo. Desse modo, na ficção coelhiana o autor está presente e fala nela e sobre ela nos quatro cantos do mundo.

Na inter-relação entre mídia, autor e leitura há, devido à exposição, reprodução e acesso ao livro (para alguns), a sua dessacralização. No que se refere, entretanto, ao autor,

¹⁷⁰ VLASSELAERS. Tecnologia mediática e inovação literária, p. 185.

¹⁷¹ KLINGER. *Escritas de si, escritas do outro*: o retorno do autor e a virada etnográfica: Bernardo Carvalho, Fernando Vallejo, Washington Cucurto, João Gilberto Noll, César Aira, Silviano Santiago, p. 22.

¹⁷² Ver NIETZSCHE. *Ecce homo*, p. 55.

¹⁷³ KLINGER. *Escritas de si, escritas do outro*: o retorno do autor e a virada etnográfica: Bernardo Carvalho, Fernando Vallejo, Washington Cucurto, João Gilberto Noll, César Aira, Silviano Santiago, p. 35.

ocorre a sua entronização como ideal, figura emblemática, apagamento da sua diferença histórica e enquadramento dele no suporte midiático.

Numa entrevista à Revista *Cult* em 2003, Paulo Coelho afirma ser *O alquimista* uma metáfora de seu percurso existencial, apesar de nunca ter sido pastor na vida. Ao fazer tal afirmação, o escritor insere a sua imagem na trama do livro na figura de seu personagem principal: o pastor Santiago. Podemos considerar essa afirmação do escritor como uma manifestação do chamado *espaço autobiográfico*. Ao fazer essa declaração, o autor estabelece um pacto de cumplicidade, não exatamente no sentido em que Lejeune (*apud* Klinger) intitula de: “pactos indiretos, pois o autor por meio de alguma indicação os dá a ler indiretamente como fantasmas reveladores do indivíduo”.¹⁷⁴ Os pactos indiretos correspondem às ficções em primeira pessoa e com traços autobiográficos, mas, de certa forma, Paulo Coelho mescla sua imagem à de sua obra.

Em *O alquimista*, vemos uma personagem ingênua que acredita em tudo que lhe dizem, pelo menos não há réplica, nem contestação e, desse modo, é enganada no mínimo três vezes, fazendo do quarto e último engano (o lugar onde se encontra o tesouro) a apoteose de sua jornada:

Durante a noite inteira o rapaz cavou no lugar marcado, sem encontrar nada. Do alto das Pirâmides, os séculos o contemplavam, em silêncio. Mas o rapaz não desistia: cavava e cavava, lutando com o vento, que muitas vezes tornava a trazer a areia de volta para o buraco. Suas mãos ficaram cansadas, depois feridas, mas o rapaz acreditava em seu coração. E seu coração dissera para cavar onde suas lágrimas caíssem.¹⁷⁵

Ao crermos nas entrevistas do escritor e relacionar a sua pessoa à sua personagem, podemos fazer saltar o velho e conhecido bordão, segundo o qual “é errando que se aprende” e relacionar a fortuna do personagem e do seu criador à quantidade de obstáculos para adquiri-la. Dessa forma, o espelhamento é total. O personagem não serve apenas para ser lido, mas para ser imitado. Assim como seu criador, ele viaja de um lugar para outro sem fazer muito esforço. No entanto, implicitamente, lemos que ele só pode aventurar-se dessa forma porque passou antes pelo batismo de erros. Um indício do que estamos afirmando pode ser lido em maiúsculas (e com destaques) na capa da sua biografia escrita por Fernando Morais (2008):

¹⁷⁴ Ver KLINGER. *Escritas de si, Escritas do outro: a virada etnográfica e o retorno do autor*, p. 13.

¹⁷⁵ COELHO. *O alquimista*, p. 240.

A incrível história de Paulo Coelho, o menino que nasceu morto, flertou com o suicídio, sofreu em manicômios, mergulhou nas drogas, experimentou diversas formas de sexo, encontrou-se com o diabo, foi preso pela ditadura, ajudou a revolucionar o Rock brasileiro, redescobriu a fé e se transformou em um dos escritores mais lidos do mundo. Paulo Coelho de Souza nasceu em uma chuvosa madrugada de 24 de agosto de....¹⁷⁶

Parafraseando Rosemary Arrojo¹⁷⁷, podemos dizer que quem lê o percurso existencial do autor na sua biografia autorizada vai perceber o desenho de seu caminho. Paulo Coelho foi leitor, desde muito cedo, de obras ditas ocultas e esotéricas, e num movimento reflexo constrói sua obra à sombra de suas leituras. Antes, porém, de ser autor de *best-sellers*, Paulo Coelho amargou o insucesso de suas primeiras produções literárias. No entanto, da leitura de sua biografia, depreende dois períodos bem delimitados de sua trajetória. No primeiro, observa-se um jovem escritor tateando e ensaiando nos limites da vivência pessoal e de leitura o material de sua ficção; a partir da segunda metade de sua vida produz um livro a cada dois anos em média, levando alguns a considerá-lo “o mais famoso jornalista dos assuntos esotéricos”¹⁷⁸, título a que o autor, em inúmeras entrevistas, abre mão ao se considerar um escritor comum para pessoas comuns.

Aqui, estamos pensando a obra de Paulo Coelho – mesmo as consideradas por ele como trabalho de “ficção pura” – como mosaico autobiográfico, na esteira do que diz Lejeune (*Apud* Klinger) sobre a autobiografia ser não o que alguém diz ser a verdade sobre sua vida, mas quando diz que a diz.¹⁷⁹ Importante ressaltar, aqui, que Lejeune distingue entre biografia, autobiografia e ficção, pois aquelas estão ligadas a pactos referenciais que estão sujeitas a uma prova de verificabilidade por trazerem informações “sobre uma realidade exterior ao texto”. Em relação à ficção coelhiana, a menção a realidades exteriores ao texto são raras, seus referenciais se dão mais no nível da alusão.

No caso específico de Paulo Coelho, ele diz que escreve a verdade de sua vida nos seus livros.¹⁸⁰ A respeito das verdades do autor, convém examinar o que diz o crítico mineiro Eloésio Paulo:

Paulo Coelho é de fato portador de algumas verdades – para quem admite que elas possam existir. Houve realmente seu contato com as tradições místicas, houve e ainda há sua aventura em busca do autoconhecimento (...) É convincente sua

¹⁷⁶ C. f. MORAIS. *O mago: biografia de Paulo Coelho*.

¹⁷⁷ Ver ARROJO. *Tradução, desconstrução e psicanálise*, p. 129.

¹⁷⁸ Ver TENFEN. *Bruxarias, alquimias e mercadorias*, p. 127.

¹⁷⁹ Ver KLINGER. *Escritas de si, escritas do outro: a virada etnográfica e o retorno do autor*, p. 41.

¹⁸⁰ Ver MORAIS. *O mago*, p. 502.

insistência, desde essa primeira obra (*O diário de um mago*), no fato de as pessoas, à medida que amadurecem e adquirem certezas sobre a vida, perderem a capacidade de sonhar. Por mais que se possa dizer que a expressão de tal juízo pelo autor é um barateamento de idéias que remontam ao Romantismo e, mais recentemente à contracultura, não convém esquecer que muitos leitores podem ser alertados para isso pela primeira vez lendo Paulo Coelho.¹⁸¹

Na biografia de Paulo Coelho e em alguns de seus livros, mais especificamente *Veronika decide morrer* (1997) e *O zahir* (2005), delineiam-se de forma semelhante autor e personagem: primeiro, as ocorrências e as peripécias da juventude; depois, o adulto estabilizado, defensor de seu capital cultural e artístico. Para o nosso propósito, que é estudar a sua obra mais conhecida internacionalmente, (*O alquimista*), recortamos do prefácio da obra a parte em que o autor nos informa que durante onze anos de sua vida estudara magia e alquimia e encontrara, nesse entretempo, pessoas sérias e charlatões que, entre outras coisas, diziam-se iluminados e ajudaram-no a torrar suas parcas economias. Qualquer semelhança com o pastor Santiago de *O alquimista* não parece ser mera coincidência:

Durante onze anos de minha vida estudei Alquimia. A simples idéia de transformar metais em ouro, ou de descobrir o Elixir da Longa Vida, já era fascinante demais para passar despercebida a qualquer iniciante em Magia. (...) Comecei, como um dos personagens do livro, a gastar o pouco dinheiro que tinha na compra de livros importados, e dedicava muitas horas do meu dia ao estudo de sua simbologia complicada. Procurei duas ou três pessoas no Rio de Janeiro que se dedicavam seriamente à grande obra, e elas se recusaram a me receber. Conheci também muitas outras pessoas que se diziam alquimistas, possuíam seus laboratórios, e prometiam me ensinar os segredos da Arte em troca de verdadeiras fortunas; hoje entendo que elas nada sabiam daquilo que pretendiam ensinar.¹⁸²

Assim, a despeito de sua vida, Paulo Coelho fez sua obra e, nessa permuta, entre vida e obra está a chave para a compreensão de sua escrita.

Apesar de reiterar repetidas vezes que não dá conselho em seus livros, numa rápida leitura depreendemos máximas morais e sentenças de cunho admoestativo. Como exemplo, observa-se as passagens: “Temos de estar sempre preparados para as surpresas do tempo”¹⁸³, “É justamente a possibilidade de realizar um sonho que torna a vida interessante”¹⁸⁴ e, “— Se você sair prometendo o que ainda não tem, vai perder sua vontade de consegui-lo”¹⁸⁵.

¹⁸¹ PAULO. *Os 10 pecados de Paulo Coelho*, p. 31.

¹⁸² COELHO. *O alquimista*, p. 7-8.

¹⁸³ COELHO. *O alquimista*, p. 29.

¹⁸⁴ COELHO. *O alquimista*, p. 34.

¹⁸⁵ COELHO. *O alquimista*, p. 50.

E se couber aqui pensar como o filósofo¹⁸⁶, que afirmou que aquele que escreve em máximas não quer ser apenas lido, quer ser decorado, talvez caiba a postulação de Rosemary Arrojo segundo a qual “podemos pensar a escritura em geral (e também a leitura em geral) como uma forma de fetichismo, em sua tentativa de fixar o significado e como a expressão de um desejo de proteger tal tentativa”.¹⁸⁷ A questão que se nos coloca agora é: o que Paulo Coelho quer significar com suas máximas e com sua obra? E o que queremos significar com nossa opção por sua leitura e desleitura?

3.4 *O alquimista*: autorretrato e leitor ideal

Às vezes, encontro com pessoas que mal podia imaginar que fossem meus leitores. Então, acho que meus leitores pertencem a um universo muito variado. Percebo que a relação deles comigo é muito forte. Não influi muito o fato de escrever bem ou mal; é quase uma irmandade, uma cumplicidade. Mais do que meus leitores, muitas vezes são meus cúmplices.

COELHO *apud* ARIAS. *Confissões de um peregrino*, p.159.

“Não importa o que faça, cada pessoa na face da Terra, (sic) está sempre representando o papel principal da história do mundo”.¹⁸⁸ A frase é dita por um dos personagens do livro *O alquimista* e servirá como reflexão para estas linhas que se seguem. Quem acompanha as entrevistas do escritor, sabe o quanto Paulo Coelho se refere a um conceito individualizante de História, e como não poderia deixar de ser a sua escrita manifesta por meio de seus personagens as sua crenças e a sua cosmovisão. Dessa forma, Coelho constrói seus personagens de acordo com a sua maneira de ver o mundo e a vida.

Para Rosemary Arrojo, a leitura e a escritura se configuram como fetichismo na tentativa de fixar o significado. Aqui, cabe-nos identificar o objeto da falta, aquilo que deveria ocupar o lugar preenchido pela escrita de Paulo Coelho. É sabido que vivemos em um mundo no qual impera o consumo global generalizado. Sabe-se, ainda, que o consumo é extensivo e não inclusivo.¹⁸⁹ Essas colocações não pretendem justificar a situação econômica global; no entanto, podem nos ajudar a refletir sobre ficção/ficções que nos permite ler, de maneira

¹⁸⁶ Ver NIETZSCHE. *Assim falava Zaratustra*, p. 45.

¹⁸⁷ Ver ARROJO. *Tradução, desconstrução e psicanálise*, p. 123.

¹⁸⁸ Ver COELHO. *O alquimista*, p. 234-235.

¹⁸⁹ Ver CANCLINI. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*, p. 80.

explícita, sentenças como esta: “(...) o rapaz sabia que o dinheiro era mágico: com ele ninguém jamais está sozinho”, e “Quando você quer alguma coisa, todo o Universo conspira para que você realize seu desejo”.¹⁹⁰ Nesse segmento, a escrita nos possibilita ver, de forma implícita, o que buscava o jovem pastor: o tesouro e o amor idealizados.

Francisco Ortega no livro *Para uma política da amizade* (2000), comentando um texto de Jurandir Freire Costa, sugere que se podem criar formas alternativas ao amor-paixão-romântico, porque este:

(...) se apresenta como o ideal sentimental hegemônico, isso acontece porque encarna o ideal que corresponde à nossa realidade antipolítica, isto é, a de uma sociedade voltada para a interioridade na procura da verdade, do sentido, da autenticidade, da satisfação, e que contempla o mundo como sendo hostil a essa busca.¹⁹¹

Devido a isso, em quase toda obra de Coelho, o amor romântico salva a realidade. Os problemas do mundo dissolvem-se num passeio de mãos dadas ou numa resignação apassivadora, quase sempre com um desejo satisfeito. A respeito do amor romântico, o momento em que o pastor Santiago encontra a sua amada é elucidativo:

Então foi como se o tempo parasse, e a Alma do Mundo surgisse com toda a força diante do rapaz. Quando ele olhou seus olhos negros, seus lábios indecisos entre um sorriso e o silêncio, ele entendeu a parte mais importante e mais sábia da Linguagem que o mundo falava, e que todas as pessoas da terra eram capazes de entender em seus corações. E isto era chamado de Amor, uma coisa mais antiga que os homens e que o próprio deserto, e que, no entanto ressurgia sempre com a mesma força onde quer que dois pares de olhos se cruzassem (sic) como se cruzaram aqueles dois pares de olhos diante de um poço.¹⁹²

Em *O alquimista* são o tesouro e a amada que preenchem a falta do jovem pastor. Em determinado momento do livro, o herói está dividido entre o sonho de procurar o tesouro e o amor de Fátima, que providencialmente desincumbe o herói de ter que escolher:

Por isso quero que siga em direção ao que veio buscar. Se tiver que esperar o final da guerra, muito bem. Mas se tiver que seguir antes, vá em direção à sua lenda. As dunas mudam com o vento, mas o deserto permanece no mesmo. Assim será com nosso amor.
“Maktub” - disse. “Se eu for parte de sua Lenda, você voltará um dia”.¹⁹³

¹⁹⁰ Ver COELHO. *O alquimista*, p. 15-48-234.

¹⁹¹ ORTEGA. *Para uma política da amizade*: Arendt, Derrida, Foucault, p. 30.

¹⁹² COELHO. *O alquimista*, p. 153.

¹⁹³ COELHO. *O alquimista*, p. 159.

Dessa maneira, quando a mensagem da obra se dirige ao universo de símbolos e mitos que constituem o ideal social majoritário, a sociedade responde à altura e *O alquimista* é o livro, em língua portuguesa, mais comercializado do planeta.

De acordo com Diana Klinger (2007), para aproximarmos da “escrita de si” deveríamos inscrevê-la no espaço interdiscursivo de outros textos e perceber que tal ficção está em sintonia com “o clima da época”¹⁹⁴, dessa maneira é que percebemos de modo claro que a ficção de Paulo Coelho dialoga com numerosos textos na cultura contemporânea. Nota-se nos adágios, nos provérbios e nas frases de efeito, indícios de textos canônicos religiosos e clássicos ao menos referendados no prefácio e, sobretudo implícito nas entrelinhas o *script* contemporâneo do qual o rádio, a televisão e os semanários são seus autores principais. É importante lembrar o que diz Regina Lúcia de Araújo a respeito das narrativas de Paulo Coelho:

Ressalto que as narrativas de Coelho trazem características das narrativas bíblicas: linguagem metafórica, alegorias, fábulas, parábolas ilustrativas, fundo didático e certo psicologismo pragmático. Suas personagens são padronizadas, podendo ser originárias de qualquer espaço, ou seja, têm características universalmente aceitas por qualquer cultura.¹⁹⁵

No que traz de proverbial e nas frases de efeito, *O alquimista* assemelha-se a um manual de autoafirmação e aconselhamento, tendendo, às vezes, para momentos de lucidez como este a seguir:

Mas estava percebendo uma coisa importante: as decisões era apenas o começo de alguma coisa. Quando alguém tomava uma decisão, na verdade estava mergulhando numa correnteza poderosa, que levava a pessoa para um lugar que jamais havia sonhado na hora de decidir.¹⁹⁶

Nessa esfera de leveza que conclama a simpatia do leitor, se estabelece uma ponte entre a moral da sociedade do consumo e a consequente necessidade de exaltação do indivíduo. A passagem ilustra o que estamos afirmando:

(...) porque existe uma grande verdade neste planeta: seja você quem for ou o que faça, quando quer com vontade alguma coisa, é porque este desejo nasceu na alma do Universo. É sua missão na Terra.
- Mesmo que seja apenas viajar? Ou casar com a filha de um comerciante de tecidos?

¹⁹⁴ Ver KLINGER. *Escritas de si, escritas do outro*: a virada etnográfica e o retorno do autor, p. 23.

¹⁹⁵ ARAÚJO. *Paulo Coelho*: o signo da lenda pessoal, p. 122.

¹⁹⁶ COELHO. *O alquimista*, p. 105.

- Ou buscar um tesouro. A Alma do mundo é alimentada pela felicidade das pessoas. Ou pela infelicidade, inveja, ciúme. Cumprir sua Lenda Pessoal é a única obrigação dos homens. Tudo é uma coisa só.
 “E quando você quer alguma coisa, todo o Universo conspira para que você realize seus desejos”.¹⁹⁷

Assim, o querer, os desejos e a vontade das pessoas (de acordo com o trecho citado) nasceram da “Alma” do “Universo”, por isso eles não podem ser negligenciados.

A partir disso, não é difícil supor que aqueles que não conseguirem alcançar seus sonhos de consumo no mundo real, procurem-nos no mundo da fantasia, do imaginário, da ficção, ou da ilegalidade. A respeito do consumo de obras que pretendem solucionar as agruras dos indivíduos, Gilles Lipovetsky enfatiza que:

(...) o que tem chances de difundir-se é um consumo maciço de certas obras, quer de introdução às filosofias, quer de “meditações” de tipo eudemonístico. Numa época de self-service individualista, Sêneca e Montaigne surgem no campo de consumo ao lado do Prozac, com todo um público procurando na filosofia das consolações as receitas empíricas, imediatas, para a felicidade.¹⁹⁸

Esse indivíduo, que se considera o ator principal na história do mundo, para o qual o universo deve conspirar a favor, assemelha-se a um novo Narciso orientado para o hiperconsumo ou para consumir-se dentro de si. Assim, para Elisabeth Roudinesco:

Se Édipo é a tragédia do assassinato do pai e do confronto com a verdade, Narciso é o drama de um eu que se subtrai ao encontro com a verdade, pois substitui o peso das tradições pelo deleite de si e a punição da lei pelo cuidado terapêutico.¹⁹⁹

Roudinesco ressalta que “uma cultura do narcisismo ou culto de si” reporta-nos a uma sociedade na qual há uma superestimação da figura de um sujeito desprovido de senso histórico. Essa assertiva cabe a um dos personagens de *O alquimista* que profere essa sentença em determinado momento: “Tenho apenas o presente, e ele é o que me interessa. Se você puder permanecer sempre no presente, então será um homem feliz”.²⁰⁰

A capa da primeira edição de *O alquimista* lançado pela editora Rocco traz como ilustração o famoso “Narcissus”, de Caravaggio. O prólogo do livro também faz uma referência à lendária figura enamorada de si que se afoga no lago por conta de seu amor-próprio. O referido prólogo traz, ainda, a presença do lago onde se afogara o desditoso amante. Tal personagem ao ser instado pelas Oréiades sobre a beleza de Narciso, afirma não

¹⁹⁷ COELHO. *O alquimista*, p. 48.

¹⁹⁸ LIPOVETSKY. *Os tempos hipermodernos*, p. 124.

¹⁹⁹ ROUDINESCO. *A análise e o arquivo*, p. 52.

²⁰⁰ Ver COELHO. *O alquimista*, p. 142-143.

havê-la notado, uma vez que ao mirar o rosto de Narciso via a si mesmo dentro dos olhos dele. Assim, à semelhança da serpente (Uróboro) que engole a própria cauda, o Narciso do prólogo morre por amor de si, e nem sua morte nem sua vida são sentidas pelo outro: o culto de si fechou as portas ao mundo do outro. No entanto, o outro nesses tempos hipermodernos pode ser, às vezes, o *Si Mesmo*. Nesse sentido, Gilles Lipovetsky (2005) reporta-se a um novo Narciso:

Narciso não mais se encontra imobilizado diante da sua imagem fixa, aliás, nem mesmo mais imagem tem e nada mais é do que uma busca interminável de Si Mesmo, um processo de desestabilização ou flutuação psi comparável à flutuação monetária ou à flutuação da opinião pública: Narciso se colocou em órbita. O neonarcisismo não se contentou em neutralizar o universo social esvaziando as instituições de seus investimentos emocionais, é o Eu que desta vez se apresenta despido, esvaziado de sua identidade, paradoxalmente por seu hiperinvestimento.²⁰¹

Se fizemos aquele breve percurso pelo prólogo foi menos no intuito de tentar relacionar a personagem Santiago a um tipo narcisista do que para ler na sua constituição a moral social de uma época. Assim, Juremir Ferreira Machado no prefácio à obra de Lipovetsky (2005), mapeia as características “positivas” do narcisismo contemporâneo:

O narcisismo não se caracteriza apenas pela auto-absorção hedonista, mas também pela necessidade de se reagrupar com seres “idênticos”, não só para se tornar útil e exigir novos direitos como também para se libertar, para organizar os problemas íntimos por meio do “contato”, do “vivido”, do discurso na primeira pessoa: a vida associativa, instrumento psicológico.²⁰²

Desse modo, o jovem pastor incorpora o símbolo do herói solitário, (que não consegue ficar sozinho) romântico e com um destino superior, na prática aquele que resolveu abandonar tudo para seguir os sonhos, a *Lenda pessoal*.²⁰³ Observa-se, porém, que o pastor de *O alquimista* está sempre acompanhado de pessoas que, de uma forma ou de outra, ajudam-no a alcançar seu objetivo: o tesouro.

Aqui trazemos, para nossa leitura, uma possibilidade de interpretação para a tal lenda pessoal. O termo aparece em todo o livro e ganha contornos indefinidos, pois no decorrer da narrativa não ficamos sabendo, ao certo, se a lenda pessoal do jovem era viajar, encontrar o tesouro, a amada, conversar com o vento ou tudo isso junto. Daí, optarmos por considerá-lo como tendo significado em si, ou seja, seria um termo tão abrangente e inclassificável como “vida” ou “saúde”, por exemplo. Ainda, poderíamos dar ao termo a categoria de livre

²⁰¹ LIPOVETSKY. *A era do vazio*: ensaios sobre o individualismo contemporâneo, p. 37.

²⁰² Ver MACHADO. Apresentação: vazio e comunicação na era “pós-tudo”. In: LIPOVETSKY. *A era do vazio*: ensaios sobre o individualismo contemporâneo, p. XXIII.

²⁰³ Termo usado pelo autor para referir-se àquilo que seria a missão de todas as pessoas na terra.

interpretação, aquela em que cada um interpreta à sua maneira (o que é a mesma coisa que a primeira). Interpretação à parte, lê-se, nas entrelinhas, que a *Lenda pessoal* é aquilo que todos gostariam de fazer antes que a imposição da vida adulta e do mundo prático nos vedasse o caminho.

Da leitura antes mencionada de Rosemary Arrojo, quando a autora observa que a escritura e a leitura podem ser pensadas como uma forma de fetichismo,²⁰⁴ que funciona para fixar o significado e ao mesmo tempo é uma tentativa de protegê-lo, cogitamos a hipótese de o referente “*Lenda Pessoal*” funcionar como um simulacro que mascara a um só tempo o desejo de posse e os sonhos narcísicos, uma vez que a palavra “lenda” remete-nos, instantaneamente, ao universo dos mitos e a palavra pessoal está ligada à intimidade. Esse desejo de onipotência é o que, de certa forma, percebemos ao fechar o livro: o protagonista alcançou tudo com que sonhara, literalmente.

Ao ligarmos o texto ao contexto da História, acreditamos não exagerar ao tecer um fio que une o criador à criatura, o autor às suas personagens. Assim, o jovem Santiago encontra o tesouro e angaria o amor da amada Fátima, ao passo, que o autor, à semelhança da personagem, ter se dedicado à alquimia, ciência esotérica medieval que preconizava a imortalidade para o descobridor da Pedra Filosofal e também a possibilidade de transformar metais em ouro, agora parece estar recebendo a sua cota em ouro (dinheiro) e o seu nome na história ocidental da leitura.

Apesar disso, o escritor sente-se insatisfeito a ponto de declarar quando perguntado sobre sua contribuição para a melhoria do planeta: “Até que faço alguma diferença, mas é pouco”.²⁰⁵ Se fosse possível, o pastor Santiago lembraria ao autor: “(...) vou sempre procurar manter o pouco que tenho, porque sou pequeno demais para abraçar o mundo”.²⁰⁶ O escritor parece não compreender a situação do mundo ao cogitar que talvez ele pudesse, sozinho, fazer alguma coisa, seguindo a antiga noção individualizante da História.

A crermos na afirmativa do escritor, podemos citar Roudinesco²⁰⁷ quando esta afirma que: “O mal-estar da civilização, exprimido pelo culto de si, poderia então voltar a ser um avanço da civilização sobre a barbárie”, ou apenas imaginarmos que o autor estava à época capitalizando o seu novo livro, que não por acaso se chama *O zahir* (2005); segundo o autor,

²⁰⁴ Ver ARROJO. *A análise e o arquivo*, p. 123.

²⁰⁵ Ver COELHO. “Eu queria fazer ainda mais”, entrevista concedida a Luis Antônio Giron para a Revista *Época* 21/03/ 2005, p. 79.

²⁰⁶ Ver COELHO. *O alquimista*, p. 69.

²⁰⁷ Ver ROUDINESCO. *A análise e o arquivo*, p. 76.

algo que, uma vez visto, transforma-se em obsessão. No entanto, para nós, não importa se o que afirma o escritor é verdade ou não. Importa saber, por ora, se a sua aventura literária é a sua verdade.

Ao fazermos uma pesquisa na biografia autorizada de Paulo Coelho, observamos certo pendor para anotações em forma de diário no qual ele encontrava um refúgio das agruras do mundo adulto à sua volta, além de captarmos uma das estratégias, já naqueles tempos (1965), de o autor dar visibilidade aos seus escritos:

-Por isso a propaganda será o principal elemento de meu programa literário. e será administrada por mim. Pela propaganda obrigarei o público a ler e julgar o que escrevo. Com isso meus livros terão maior vendagem, mas isso será uma consequência secundária. O importante é que excitarei a curiosidade popular a respeito de minhas idéias, de minhas teorias.²⁰⁸

O futuro escritor já rabiscava, às escondidas, as angústias de um jovem adolescente às voltas com o desejo de reconhecimento, com o medo do castigo por ter pecado, por ter dúvidas existenciais, por ter problemas familiares e por estar em meio às adversidades humanas. De acordo com a sua biografia, o autor manteve o hábito de escrever diários até à idade adulta e, não por acaso, o seu primeiro livro de grande repercussão chama-se *O diário de um mago* (1987). Cabe aqui a observação de Roudinesco, reportando-se à assertiva de Jacques Lê Rider, a respeito dessa prática:

Decerto a prática do diário íntimo sempre existiu, mas como aponta Jaques Le Rider, a propósito dos diários íntimos vienenses do início do século XIX, trata-se de um gênero ligado a certas situações invariáveis: a adolescência, a desorientação, a conversão, a perda de fé, ou ainda a alteração de uma identidade ou a supervalorização de um ego, remetendo a uma defesa contra a instabilidade.²⁰⁹

Ao aceitarmos o ditado que diz que “a criança é o pai do homem”, ficaríamos tentados a acreditar que a criança (Paulo Coelho) amadureceu e que em vez de dúvidas, hoje, ela tem certezas. Ao fazermos um levantamento da obra canônica do autor, desde *O diário de um mago* (1987), passando pelo *O alquimista* (1988), *O zahir* (2005), até culminar com o recente *O vencedor está só* (2008), observamos uma espécie de peregrinação literária que se não desculpa o autor aos olhos da crítica, ao menos parece santificá-lo aos olhos de seus leitores e desculpá-lo a seus próprios olhos da heresia de suas antigas práticas e leituras.

²⁰⁸ COELHO *apud* MORAIS. *O mago*: biografia de Paulo Coelho, p. 129-130.

²⁰⁹ ROUDINESCO. *A análise e o arquivo*, p. 61.

Em entrevista ao jornalista espanhol Juan Arias²¹⁰, Paulo Coelho afirmou escrever, antes de tudo, para si mesmo já que ele é o seu primeiro leitor. Se, como nos informa o crítico argentino Ricardo Piglia²¹¹, o leitor ideal é aquele produzido pela própria obra, observamos a possibilidade de Paulo Coelho praticar certo tipo de vivência literária totalmente centrada na personalidade, ou seja, o escritor parece assemelhar-se ao que ele escreve. Tanto é assim que, em meio à sua carreira de compositor, nos anos 70, quando outros de sua idade enfrentavam a repressão de estado, em todas as suas formas, o jovem compositor enfrentava, ainda, rituais²¹² e preceitos para os quais, segundo anotações dele mesmo naqueles tempos, achava-se incompetente e por isso se autoexcluía.

Queremos enfatizar com isso que o percurso de vida e de leituras do futuro escritor renomado deixou rastros na sua produção intelectual subsequente. Assim, das leituras jesuíticas da infância aos rituais e simbolismos dos manuais de magia e alquimia, até o mapeamento de crenças ao redor do mundo, a literatura de Paulo Coelho reflete sua busca espiritual e artístico-cultural que se pretende individual enquanto busca, porque enquanto divulgação (*compartilhamento de vivências*)²¹³ ela (a busca) ganha ares de espetáculo.

De acordo com Klinger²¹⁴, “escrever é se ‘mostrar’, se expor” e, nesse quesito Paulo Coelho se destaca. Em alguns de seus livros, a autoexposição é de tal forma que chega a “compartilhar” com seus leitores detalhes da sua intimidade²¹⁵, além de ser um militante de suas obras, desde os primeiros rascunhos da adolescência até a exposição gratuita de seus livros na rede mundial de computadores.

O autor está consciente de seu tempo e sabe que quem não é visto não é lembrado, daí a pergunta sem resposta ao fim da biografia: “Quanto tempo demorará para (sic) os meus livros serem esquecidos?”. Ao refletirmos sobre essa pergunta chegamos à hipótese de que Paulo Coelho, que antes quisera ser lido e respeitado no mundo inteiro, agora reivindica a perenidade na memória dos leitores presentes e futuros.

Não podemos julgar o desejo do autor. O que podemos fazer é estudar a sua obra e estarmos atentos ao desenrolar da História que não terminou e sabermos que os artefatos

²¹⁰ Ver ARIAS. *Confissões de um peregrino*, p. 137.

²¹¹ Ver PIGLIA. *O laboratório do escritor*, p. 84.

²¹² Ver MORAIS. *O mago*, p. 345.

²¹³ Termo utilizado pelo autor para se referir aos seus livros.

²¹⁴ Ver KLINGER. *Escritas de si, escritas do outro: o retorno do autor e a virada etnográfica*: Bernardo Carvalho, Fernando Vallejo, Washington Cucurto, João Gilberto Noll, César Aira, Silviano Santiago, p. 28.

²¹⁵ Ver COELHO. *Veronika decide morrer e O zahir*.

produzidos na e devido à história tendem a tornarem-se obsoletos. Por isso, muitas vezes, ironicamente, os que são agraciados e honrados ainda em vida geralmente são esquecidos após a morte.

No caso de Paulo Coelho que (à semelhança do que diz uma de suas personagens) vê a vida como ele gostaria que fosse e não como ela é²¹⁶, talvez seja esquecido assim que não puder mais compartilhar vivências, ou passar a escrever a vida tal como ela é.

²¹⁶ Ver COELHO. *O alquimista*, p. 69.

CONCLUSÃO

A LITERATURA BEST-SELLER E O CONSUMO: UM MANANCIAL DE DESEJOS

O consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados.

CANCLINI *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*, p. 83.

De acordo com Nestor Garcia Canclini²¹⁷, “consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora.” Segundo depreende-se de suas análises, pensar a sociedade via consumo e entender as transições das identidades clássicas, as insatisfações do fim do século e a crise dos paradigmas é uma das vias que confere legitimidade ao pesquisador. Por estarmos à época da soberania do mercado, optamos por analisar os seus imbricamentos no mundo dos bens simbólicos, da cultura. Na visão de Jameson²¹⁸ o econômico se transmutou em cultural e o cultural em econômico, ou seja, tudo pode ser mercantilizado, incluindo-se aí a literatura.

No caso específico de Paulo Coelho, a sua poética está fundamentada nos mecanismos de mercado;²¹⁹ no entanto, como veremos, esse detalhe é apenas um dos elementos constitutivos da obra coelhiana. Compete-nos pensar que as narrativas do autor estão numa outra linha de abordagem, para a qual se faz necessário estar atento às abordagens

²¹⁷ CANCLINI. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*, p. 83.

²¹⁸ JAMESON. *A cultura do dinheiro*, p. 50.

²¹⁹ Um texto que aborda a questão do mercado e a literatura de Paulo Coelho foi desenvolvido pelo autor desta dissertação de Mestrado e faz parte do livro *O objeto do desejo em tempo de pesquisa: projetos críticos na Pós-Graduação* (2008), lançado pela Editora Corifeu.

de cunho mais cultural que literário. A respeito das formas narrativas desprestigiadas pela lógica crítico-literária, vale conferir a assertiva de Sílvia Helena Simões Borelli:

Essas formas narrativas organizam-se ao redor de outra lógica; lógica que não propõe rupturas estéticas, mas resgata, como em qualquer outra literatura, matrizes tradicionais aparentemente perdidas na imensa fragmentação do cotidiano modernizado.²²⁰

Em seu trabalho, Paulo Coelho capta os anseios de sua época; a corrida atrás do sucesso, a busca pela felicidade e, além disso, a possibilidade de estar em paz com suas consciências. Há numerosas passagens de *O alquimista* que corroboram o que estamos afirmando. Nesta, percebe-se o ideal da felicidade relacionado ao deslocamento constante:

O mais importante, entretanto, é que todo dia realizava o grande sonho de sua vida; viajar. Quando cansasse dos campos de Andaluzia, podia vender suas ovelhas e tornar-se marinheiro. Quando cansasse do mar, teria conhecido muitas cidades, muitas mulheres, muitas oportunidades de ser feliz.²²¹

Por conta disso, angariou uma legião de leitores que se identificam com suas obras. A respeito da literatura dita de mercado é importante observar o argumento de Ítalo Moriconi:

No circuito do mercado, conceito e valor da literatura partem de uma visão que podemos chamar de utilitária ou instrumental: a literatura serve para alguma coisa - entretenimento. E o entretenimento é útil não só porque ajuda a repor força de trabalho, mas porque pode trazer ensinamentos e abrir a cabeça do sujeito em formação.²²²

Neste contexto, podemos afirmar que as obras de Paulo Coelho estão repletas de indícios culturais com os quais os leitores se identificam. Como exemplo: a problemática do mundo contemporâneo, ou seja, o arrefecimento do consumo e a derrocada dos ideais utópicos. A seguir, um trecho que ilustra o poder do dinheiro enquanto superestrutura econômica, no caso do jovem pastor, afetiva e psíquica:

Tinha que pensar apenas no seu tesouro, e a maneira de consegui-lo. A venda das ovelhas lhe havia deixado com bastante dinheiro no bolso, e o rapaz sabia que o dinheiro era mágico: com ele ninguém jamais está sozinho. Daqui a pouco, talvez em alguns dias, estaria junto das Pirâmides.²²³

O personagem Santiago, de *O alquimista*, parece representar a infância da humanidade em busca desesperada pelo seu “tesouro”, tendo de fazer das frases de conselhos

²²⁰ BORELLI. *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*, p. 50.

²²¹ COELHO. *O alquimista*, p. 33.

²²² MORICONI. *Circuitos contemporâneos do literário*, p. 3-4.

²²³ COELHO. *O alquimista*, p. 64.

um guia para não se perder nas areias de sua falta de maturidade e de conhecimento do mundo. Como Santiago, quantos leitores não se sentem frustrados? Quantos não se esquecem de apreciar o caminho, em busca apenas do resultado? Quantos não se iludiram e se perderam? **E quantos não se encontraram como leitores por intermédio de tais livros?** São estas características culturais, e não apenas literárias, que fazem das obras mais vendidas (entre elas as narrativas coelhianas) uma panacéia dos tempos atuais.

O filósofo Gilles Lipovetsky (2007), em seu livro *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*, ajuda-nos a pensar a lógica do consumo nas sociedades por ele caracterizadas de hipermodernas:

O consumo se ordena cada dia um pouco mais em função de fins, de gostos e de critérios individuais. Eis chegada a época do hiperconsumo, fase III da mercantilização moderna das necessidades e orquestrada por uma lógica desinstitucionalizada, subjetiva, emocional.²²⁴

O universo dos livros considerados como *best-sellers* ou de literatura fácil não depende do aval acadêmico e institucional para se perpetuar. A esfera na qual eles gravitam é aquela dos mecanismos de imposição sutil, das leis suaves e aliciadoras do mercado.

Portanto, se não devemos fugir ao nosso tempo e estudar as produções contemporâneas com seriedade, é necessário que façamos com o instrumental adequado para essa tarefa. Segundo a pesquisadora Sílvia Helena Simões Borelli:

É necessário avaliar, fundamentalmente, e de maneira ampla e qualitativa, as relações estabelecidas por estas formas literárias com o público receptor, ou seja, como respondem de alguma maneira, pela reposição de arquétipos, mitologias e imaginários na sociedade moderna. Qualificar a obra literária ou qualquer manifestação cultural pressupõe levar em conta, articuladamente, condições de produção e mercado, formas de narração e as relações que ambos estabelecem com o público receptor. Só assim é possível a constituição de critérios mais abrangentes e menos excludentes de identificação.²²⁵

Desse modo, ao estudarmos a produção de Paulo Coelho, mais especificamente *O alquimista*, levamos em conta a sua condição de *best-seller*, a sua aparição enquanto sintoma de um tempo histórico e cultural abrangente que se delineia desde fins do século passado e estende-se até o presente momento. Assim, considerando *O alquimista* enquanto manifestação cultural mediada pelo mercado de bens simbólicos, e nos servindo da teoria cultural e sociológica, procuramos compreendê-lo e elucidá-lo, uma vez que entendemos que negligenciar uma obra e seu autor assemelha-se a negligenciar seu público.

²²⁴ LIPOVETSKY. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*, p. 42.

²²⁵ BORELLI. *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*, p. 146-147.

O sociólogo Michel Maffesoli no livro *A conquista do presente* (2001) discorre sobre a potencialidade das narrativas enquanto fator de sobrevivência para os leitores. De acordo com Maffesoli, “se não houvesse uma carga mágica na vida cotidiana, o aspecto mortífero da automação dominaria a pulsão do querer viver”.²²⁶ De acordo com o sociólogo, as histórias de bruxaria, ocultismo, comunicação com o além, fazem parte do cotidiano como forma de resistência ao poder, além de serem “modulações da visão mágica do mundo”. Dessa forma é compreensível, ainda que não aceitável por muitos eruditos, que as ficções sejam elaboradas no sentido de fazerem seus leitores se distanciarem do cotidiano árido. No que diz respeito ao nosso estudo sobre a obra coelhiana, constatamos que toda a produção do autor se encontra permeada de uma visão de mundo mágica.

Essa visão parece decorrer da não secularização das pessoas e da reformulação de antigas concepções místicas e religiosas que se transformou em modismo a partir dos anos 60. É evidente, contudo, que não é apenas essa visão mágica do mundo que determina o caráter da ficção de Paulo Coelho. Outros autores, noutras épocas e também atualmente, já se enveredaram pelo caminho do misticismo e do esoterismo, porém, não alcançaram a consagração.

Parece-nos que o tipo de literatura que o autor faz corresponde àquilo que muitos leitores exigem de um escritor: que ele saiba contar histórias que lhes fale ao coração, que lhes responda, ao menos em parte, as suas angústias existenciais. Quanto ao que foi dito, vale observar a afirmativa de Regina Lúcia de Araújo a respeito do autor:

Coelho dialoga com a linguagem bíblica, sua ficção dialoga com as histórias de outras tradições de fundo esotérico ou do senso comum, personagens de obras diferentes dialogam entre si, há diálogo com o seu tempo/espço e também o dialogar diacrônico com outras épocas e outras histórias.²²⁷

Aqui, aludimos às possibilidades de diálogo que a ficção coelhiana trava com seus leitores. Em um nível superficial, poderíamos perguntar se as ficções do autor vão ao encontro do que pretendem seus leitores em relação aos textos dele? Outra questão que se coloca, é a de saber se as dúvidas existenciais são as mesmas para indivíduos secularizados e para a grande maioria semiletrada? Em *O alquimista*, podemos vislumbrar possíveis respostas para essas questões nas afirmações do narrador e do personagem principal: “Se algum dia escrevesse um livro, pensou ele, ia colocar um personagem aparecendo de cada vez, para que

²²⁶ MAFFESOLI. *A conquista do presente*, p. 106.

²²⁷ ARAÚJO. *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*, p. 114.

os leitores não tivessem que ficar decorando nomes”²²⁸ e, “Sou como todas as pessoas: vejo o mundo da maneira que desejava que as coisas acontecessem, e não da maneira que as coisas acontecem”.²²⁹

Ao ler *O alquimista* muitas pessoas parecem se identificar com o personagem central (um jovem pastor) que decide partir em busca do autoconhecimento, da *lenda pessoal* que é, segundo o narrador, o destino de todo ser humano. Nessa busca, o jovem pastor se depara com pessoas, lugares e seres que vão desestruturar seu conceito imaturo sobre o mundo e sobre si mesmo. A “aura” mágica permeia todo o livro e pode ser lida na tentativa de reconstrução de uma antiga concepção mitológica (animismo, magia) a respeito do mundo. No livro, há apologia do individualismo que pode ser detectada em frases como “Quando você quer alguma coisa, todo o Universo conspira para que você realize seu desejo”²³⁰ e, “É justamente a possibilidade de realizar um sonho que torna a vida interessante”.²³¹ A esse respeito é válido citar o trabalho do pesquisador Maicon Tenfen, *Bruxarias, mercadorias e alquimias: a Indústria Cultural e o fenômeno Paulo Coelho*:

(...) seus heróis sentem uma tremenda necessidade de agir individualmente, sem contar com a ajuda de mais ninguém (essa ajuda, todavia, logo aparecerá), para resolver seus problemas, para efetivar sua busca espiritual. Essa prática, como se sabe, vai ao encontro dos discursos neoliberais que pululam na sociedade capitalista.²³²

A respeito do individualismo, propiciado pelo mundo da moda, Gilles Lipovetsky (1989) traz reflexões pertinentes, principalmente no que se refere ao seu caráter de desestruturador das cadeias coletivistas e propiciador de certa autonomia privada:

Quanto mais os indivíduos são socializados na autonomia privada, mais se impõe o imperativo dos direitos do homem; quanto mais a sociedade caminha para o individualismo hedonista, mais a individualidade humana aparece como valor último; quanto mais os megadiscursos históricos desmoronam, mais a *vida* e o respeito pela pessoa erigem-se em absoluto; quanto mais a violência regride nos costumes, mais o indivíduo é sacralizado. Não nos mobilizamos por sistemas, comovemo-nos diante da ignomínia do racismo, diante do inferno dos seres destinados à fome e a decadência física.²³³

²²⁸ COELHO. *O alquimista*, p. 64.

²²⁹ COELHO. *O alquimista*, p. 69.

²³⁰ COELHO. *O alquimista*, p. 48.

²³¹ COELHO. *O alquimista*, p. 34.

²³² TENFEN. *Bruxarias, alquimias e mercadorias: a narrativa de mercado e o fenômeno Paulo Coelho*, p. 114.

²³³ LIPOVETSKY. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*, p. 281.

Essa retórica individualista que elege palavras como sonhos, possibilidades, desejos²³⁴, casa-se bem ao mundo competitivo e racionalista das sociedades emergentes.

Se é possível observar laivos religiosos na poética coelhiana, ela (a poética) já não responde aos ditames institucionais. Dessa forma, cabe aqui a observação de Lipovetsky (2007) de que as tradições religiosas nessa época hipermoderna não foram apenas desconstruídas, mas “funciona em auto-serviço na expressão das emoções e dos sentimentos, nas buscas animadas pela maior preocupação com o bem-estar pessoal”.²³⁵

Ao atentarmos à História constataremos que, ao longo dos séculos, as pessoas vêm sendo tratadas como objetos. A religião lhes mostrou um deus cruel, que castiga e pune sem compaixão. Um deus que tudo vê e a tudo condena. Devido a isso, livros e filmes que tratem a temática da religião sob um viés menos conservador e mais libertário tendem a repercutir de forma positiva entre os leitores, angariando-lhes a estima. Da leitura do *best-seller* de Paulo Coelho retiramos a seguinte passagem que valida o que estamos afirmando: “E o rapaz mergulhou na Alma do Mundo, e viu que a Alma do Mundo era a parte da Alma de Deus, e viu que a Alma de Deus era sua própria alma. E que podia, então, realizar milagres”.²³⁶

Assim, livros considerados esotéricos, místicos ou de autoajuda tendem a ser consumidos com mais avidez. Essa mesma avidez faz com que os leitores de Paulo Coelho busquem em sua literatura uma espécie de refúgio, um alento de que a religião poderia estar equivocada e que existe algo maior que governa suas vidas a partir deles mesmos. Essa visada positiva da vida social é uma constante da escrita do autor. Há quem não a endosse, mas há outros que enxergam nessa forma de escrita um refrigerio para os seus dias. Conforme o filósofo Gilles Lipovetsky (2007), “Se há (...) uma ilusão da sabedoria, há também uma sabedoria da ilusão”, pois:

O filósofo bem pode dizer que a sabedoria está em desesperar, mas a vida, essa exige a esperança, e nenhuma sociedade é possível sem um corpo de mitos, de imagens e de crenças que acene com a possibilidade de um melhor. Nesse plano, Nietzsche tem razão: a ilusão, as ficções, os simulacros são necessários à vida porque é preciso que a vida inspire confiança.²³⁷

A partir do exposto, os personagens de *O alquimista* (Santiago, o Alquimista, o Cameleiro) atuam livres dos enfrentamentos simbólicos e fazem de sua “consciência” o único

²³⁴ COELHO. *O alquimista*, p. 34-47-48.

²³⁵ LIPOVETSKY. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*, p. 132.

²³⁶ Ver COELHO. *O alquimista*, p. 227.

²³⁷ LIPOVETSKY. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*, p. 339.

parâmetro de mensuração de suas ações as quais são todas voltadas para a busca do “tesouro”, do conhecimento prático e do bem viver, respectivamente. O autor de *O alquimista* percebeu esse nicho de mercado e escreve para esse público imenso, que busca uma vida melhor nos livros, pois a realidade circundante se mostra de uma aridez insuportável.

A esse respeito vale conferir a opinião do colunista da *Revista Superinteressante*, Leandro Sarmatz, no artigo intitulado “*O valor de Paulo Coelho*”:

Num país parcamente alfabetizado, com bibliotecas públicas desatualizadas e aos destroços, em que a leitura não costuma fazer parte do cotidiano e onde a televisão responde pela maior parcela de "esclarecimento" da população, é até uma boa notícia que um autor de livros de ficção seja tão avidamente consumido. Além disso, os romances (...) tratam de assuntos que fazem parte do cotidiano da humanidade há milhares de anos: a eterna busca de um sentido para a vida, a conquista de uma existência construtiva, o valor da esperança para muitas pessoas.²³⁸

O livro *O alquimista* (assim como as outras obras de Paulo Coelho) traz uma linguagem simples, simbólica, inspirada em lendas, mitos e medos que acompanham a história humana (o medo do desconhecido, da morte, da solidão, de ser enganado). O romance traz simbologia e misticismo, como se pode observar na passagem:

O livro que mais interessou ao rapaz contava a história dos alquimistas famosos. Eram homens que tinham dedicado sua vida inteira a purificar metais nos laboratórios; acreditavam que se um metal fosse cozinhado durante muitos anos, terminaria se libertando de todas as suas propriedades individuais, e em seu lugar sobrava apenas a Alma do Mundo. Esta Coisa Única permitia que os alquimistas entendessem qualquer coisa sobre a face da Terra, porque ela era a linguagem pela qual as coisas se comunicavam. Eles chamavam esta descoberta de Grande Obra - que era composta de uma parte líquida e uma parte sólida.²³⁹

No interior do livro há ilustrações sobre os símbolos da magia. No prefácio há uma tentativa de esclarecer o leitor a respeito da trama do romance ser apenas “ficção”²⁴⁰ e, ainda, a tentativa de aproximá-lo do texto ao construir um texto com ilustrações. De modo parecido, uma leitura dos *best-sellers*, não necessariamente românticos, deixa-nos entrever essa supervalorização do sujeito leitor, retratado pelas personagens que se realizam e conseguem atingir seus objetivos.

O alquimista é narrado em terceira pessoa, com vários personagens fazendo às vezes de narradores e contadores de pequenas histórias digressivas, o que estabelece um diálogo

²³⁸ Ver SARMATZ. *O valor de Paulo Coelho*.

²³⁹ COELHO. *O alquimista*, p. 126-127.

²⁴⁰ O autor inicia o prefácio explicando: “É importante dizer alguma coisa sobre o fato de *O Alquimista* ser um livro simbólico, diferente de *O Diário de um Mago*, que foi um trabalho de não-ficção”. COELHO. *O alquimista*, p. 7.

direto com o leitor, que pode fechar o livro em qualquer parte e retomar a leitura mais tarde. A descrição de uma viagem interior e exterior de um pastor anônimo. O tema central é a alquimia da vida; transformar um simples metal em ouro, ou melhor, transformar um indivíduo em um ser espiritualizado, consciente de que faz parte da “*Alma de Deus*”.

Roberta M. Barros de Andrade, em um estudo sobre os romances sentimentais do século XX no Brasil, propicia uma reflexão pertinente para a nossa discussão acerca dos livros preferidos do público:

De acordo com Radway, os romances cor-de-rosa imaginam paz e segurança nas relações amorosas, justamente porque elas se constituem de dissensões, inseguranças e dificuldades. Os romances populares revelariam, assim, uma insatisfação com as formas como a relação homem e mulher se configuram na atualidade.²⁴¹

Da citação acima depreendemos que, se os romances da comumente intitulada literatura cor-de-rosa ou popular expõem para os seus leitores o que se encontra na vontade consciente dos mesmos (ou seja, relacionamentos estáveis e sem conflitos), num movimento similar poderíamos conjecturar sobre a possibilidade de os romances de Coelho tentarem resgatar aquilo que se torna cada vez mais fluido e improvável na sociedade capitalista contemporânea: a fé dos leitores numa legitimidade religiosa institucional, ou em qualquer legitimidade que não seja individualizada.

Apesar de sabermos que há diferenças entre os romances de Paulo Coelho e a comumente rotulada literatura cor-de-rosa (*Júlia, Sabrina e Bianca*), não podemos deixar de perceber as semelhanças no que se refere à estruturação da linguagem, às doses de sentimentalismo, à constituição de cenários e ao número reduzido de personagens, (além das vendas constantes): porém, a literatura coelhiana diferencia-se no que se refere à temática das obras. A esse respeito compete-nos citar o escritor e pesquisador Maicon Tenfen:

Em narrativas como *O alquimista* e *O Monte Cinco*, por exemplo, há uma fuga declarada para o passado - seja ele bíblico ou medieval - estendida também a outros textos que, mesmo tematizando a contemporaneidade, apresentam um desvio da atual realidade para busca de aspectos ancestrais e primitivos de nossa interioridade.²⁴²

Desse modo, o vazio contemporâneo e a ideia de que se está perdendo a própria vida, são reconduzidos para o terreno do inconsciente relegando à consciência as benesses do dia que passa, o *carpe diem*. Um sintoma disso pode ser detectado na afirmação de um dos personagens da narrativa:

²⁴¹ ANDRADE. *Os romances sentimentais do século XX no Brasil*, p. 03.

²⁴² TENFEN. *Bruxarias, alquimias e mercadorias: a narrativa de mercado e o fenômeno Paulo Coelho*, p. 111.

No presente é que está o segredo; se você prestar atenção no presente, poderá melhorá-lo. E se você melhorar o presente, o que acontecerá depois também será melhor. Esqueça o futuro e viva cada (sic) dia de sua vida nos ensinamentos da Lei, e na confiança de que Deus cuida de seus filhos. Cada dia traz em si a Eternidade.²⁴³

Nesse aspecto, as narrativas ditas de mercado constituem-se como um registro cultural que serve para medir não somente o gosto dos leitores, pois funcionam como termômetro psíquicossocial de uma coletividade, e a sua importância está em ser um registro histórico que contém os traços de uma determinada configuração cultural.

Quando o campo dos saberes permite, hoje, revisitar os conceitos, alargar as fronteiras e estabelecer novos parâmetros de mensuração, as abordagens de narrativas que dialoguem com o mundo contemporâneo e seus suportes, justifica a nossa opção pela leitura crítica que ora fizemos do livro *O alquimista* de Paulo Coelho.

Observamos que a literatura de Paulo Coelho, de certa forma, conchama seus leitores por meio de sua acessibilidade, da disponibilidade do mercado em vender e da disposição do autor por militar em causa própria, servindo-se de todos os recursos midiáticos e tecnológicos a que tem direito. Plena de liberdade, a literatura coelhiana transita nos espaços mercadológicos, não se detendo, porém, aí, mas alcançando os espaços simbólicos e os espaços subjetivos.

Nosso estudo se propôs a fazer uma análise da obra *O alquimista* baseado nos estudos de cultura, na crítica biográfica e na crítica literária. Desse modo, relacionamos o contexto de surgimento do livro, a conjuntura do mercado de bens culturais e a atuação do autor enquanto figura pública e *persona* literária de seu romance. Nesse emaranhado teórico e crítico, vislumbramos a possibilidade que a crítica biográfica viabiliza para a construção de uma linha de pesquisa consistente e atual: o retorno da figura do autor e sua consequência para os estudos literários.

Este trabalho salienta a importância de se estudar com seriedade as produções consideradas como de menor valor cultural e estigmatizadas por parcela da crítica especializada. Além disso, justifica-se à medida que revela a escassez de pesquisas científicas que se detenham nesse produto renegado pela comunidade acadêmica. Nossa pesquisa chama a atenção para o desprezo com que parte da crítica acolhe essas formas narrativas consideradas de massa.

Neste contexto, durante muitos anos, essa literatura foi vista, em especial pelos acadêmicos, como não-merecedora de análises sérias, como mercadoria perecível. Esses

²⁴³ COELHO. *O alquimista*, p. 166.

romances regidos pelas leis do mercado responderiam pela alienação e embrutecimento dos leitores, propiciando uma opção escapista ao mundo real e distanciando o leitor da literatura séria.

No entanto, a partir da consolidação e do desenvolvimento dos Estudos Culturais, as linhas de análise mais inclusivas e menos elitistas começaram a despertar o universo crítico acadêmico. Assim, a crítica biográfica, os estudos de cultura, a sociologia do cotidiano, a etnografia, os estudos de comunicação começam a tecer suas considerações a respeito de outras formas de literatura e manifestações culturais.

Nosso trabalho salienta, sobretudo, os imbricamentos, as relações constitutivas da dinâmica do consumo cultural e da literatura de mercado. Nesse contexto, observamos a presença do consumo dessa literatura como parte de uma engrenagem maior que permeia o mundo contemporâneo e, de certa forma, o reflete. No campo polêmico em que se situa, nossa pesquisa se propôs a fazer uma análise crítica de *O alquimista*, publicação endossada pelo mercado de bens culturais.

É sob esse prisma que estudamos a literatura de Paulo Coelho. Nosso trabalho procurou contemplar a sua importância histórica enquanto registro cultural. Porquanto, as análises que efetuamos não procuram dar conta de todo o manancial de critérios ou colocações cabíveis à literatura do autor. Que nosso estudo sirva, ao menos, como um documento público de aproximação à literatura coelhiana, e que suscite o debate crítico é o que esperamos ter alcançado.

REFERÊNCIAS

A. Do autor

COELHO, Paulo. *Diário de um mago*. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.

_____. *Brida*. Rio de Janeiro: Rocco, 1990.

_____. *O alquimista*. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.

_____. *Na margem do rio piedra eu sentei e chorei*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

_____. *Veronika decide morrer*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1997.

_____. *O demônio e a Srta. Prym*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.

_____. *O zahir*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

_____. *A bruxa de Portobello*. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

_____. *O vencedor está só*. São Paulo: Agir, 2008.

_____. *Site oficial do autor - biografia e outros dados*. Disponível em <www.paulocoelho.com.br>. Acesso em: set. 2008.

B. Sobre o autor

ALBANESE, Ronaldo. A marca do coelho. In: *Revista Língua Portuguesa*. n.6, Ano I, Ed. Segmento, p. 37-41, 2006.

ANDRADE, Janilto. *Por que não ler Paulo Coelho*. Editora Calibán, 2004.

ARAÚJO, Regina Lúcia. *Paulo Coelho: o signo da lenda pessoal*. Goiânia: Editora da UCG, 2004.

ARIAS, Juan. *Confissões de um peregrino*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.

BARBOSA. Dentro da academia, fora da literatura. In: *Cult - Revista Brasileira de Cultura*, Ano VI -n. 70. São Paulo: Editora 17, 2003.

BARCELLOS, Camila. *Bienal entrevista Paulo Coelho*. Disponível em <<http://jbonline.terra.com.br/destaques/bienal/entrevistacoelho.html>>. Acesso em: 25 de maio 2009.

CAFEO, Vânia Correia. *A literatura e o intelectual na sociedade de consumo: uma leitura de O zahir*, de Paulo Coelho. Dissertação (mestrado).186f. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Câmpus de Três Lagoas, MS, 2008.

CAFEO, Vânia Correia: À margem da Academia, no centro do sucesso: uma receita à moda Paulo Coelho. In: NOLASCO, Edgar Cézár; LONDERO, Rodolfo Rorato (Orgs). *Literaturas invisíveis: ficção científica, auto-ajuda e cia*. Campo Grande, MS: Ed UFMS, 2009. p. 45-56.

COELHO, Paulo. “Eu sou o leitor e o livro, a árvore e o fruto”. In: *Cult- Revista Brasileira de Cultura*, p. 31-32.

COELHO, Paulo. *Eu queria fazer ainda mais*. Entrevista concedida a Luís Antônio Giron. *Revista Época*. Ed. 357. 21 de março de 2005. Disponível em <<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993E>>. Acesso em: 10 jan. 2009.

COELHO, Paulo. *Entrevista concedida ao programa Roda Viva em 2003*, e transcrita, disponível em <http://www.rodaviva.fapesp.br/materia_busca/398/paulo%20coelho/entrevistados/paulo_coelho_2003.htm>. Acesso em: 03 de abril de 2009.

GIRON, Luis Antônio. *Paulo Coelho para o Nobel*. 28 de Março de 2005. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=133> Acesso em 22 de Março de 2009.

MAESTRI, Mário. *Por que Paulo Coelho teve sucesso*. Passo Fundo: AGE, 1999.

MARTINS, Wilson. In: CAMACHO, Marcelo. *O planeta Paulo Coelho*. *Revista Veja*. 15 de abril de 1998. In: http://veja.abril.com.br/150498/p_094.html Acesso em 12 de Abril de 2009.

MORAIS, Fernando. *O mago: biografia de Paulo Coelho*. São Paulo: Planeta, 2008.

PAULO, Eloésio. *Os 10 pecados de Paulo Coelho*. São Paulo: Editora Horizonte, 2007.

PINTO, Manuel da Costa. “Um mundo transparente”. In: *Cult- Revista Brasileira de Cultura*. São Paulo: Editora 17, 2003.

RELAÇÕES LITERÁRIAS. Disponível em <<http://www.tirodeletra.com.br/relacoes/PauloCoelho.htm>>. Acesso em: 23 de maio de 2009.

REVISTA VEJA. *O Mago nas Alturas*, n°. 33, ano 23, pp. 56 a 62, 22 de agosto de 1990.

SARMATZ, Leandro. *O valor de Paulo Coelho*. Disponível em: <http://super.abril.com.br/superarquivo/2002/conteudo_249071.shtml>. Acesso em: 17 de maio 2009.

TEZZA, Cristovão. Parte da entrevista dada à CIBERARTE - *Revista de arte e cultura*. Disponível em <http://www.ciberarte.com.br/entrevista/tezza/entr_tezza_imp.php>. Acesso em: 25 de maio de 2009.

C. Do referencial básico

ALMEIDA, Candido José Mendes de. *A arte é capital*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

ALMEIDA, Verônica Eloi de. “*Os Realities Shows*” e o respeitável público da vida privada. Dissertação (Mestrado) 110f. Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia/PPPSA, Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, 2003.

ANDRADE, Roberta M. Barros de. *Os romances sentimentais do século XX no Brasil*. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0240-1.pdf>>. Acesso em: 22 de maio de 2009.

ARROJO, Rosemary. *Tradução, desconstrução e psicanálise*. Rio de Janeiro: Imago, 1993.

AZEVEDO, Luis Maurício; HOHLFELDT, Antônio Carlos. *A influência da mídia eletrônica na produção do atual best-seller brasileiro*. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/online/III Mostra/ComunicacaoSocial/63030%20-%20LUIZ%20MAURICIO%20AZEVEDO%20SILVA.pdf>>. Acesso em: 22 de abril de 2009.

BARS, Sergio. *Paulo Coelho: mito e mercado - bruxo x bruxo e a alquimia do sucesso*. Disponível em <<http://www.oswaldocruz.br/download/artigos/social1.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2009.

BORELLI, Sílvia Helena Simões. *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*. São Paulo: EDUC: Estação Liberdade, 1996.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Editora Brasiliense, 2007.

COMPANHIA BRASILEIRA DO LIVRO – CBL. *Estatísticas do mercado cultural*. Disponível em <www.cbl.com.br>. Acesso em: out. 2008.

DANTON, Gian. *Cultura pop*, 2000, p.5-6. Disponível em <<http://virtualbooks.terra.com.br/NOVALEXANDRIA/gian4/gian4.htm>>. Acesso em: 03 de maio de 2009.

DANTON, Gian. *Cultura pop*. Disponível em <<http://digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=724>> Acesso em 28 de março de 2010.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. Rio de Janeiro: Perspectiva, 1990.

ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FONSECA, Cristina. *O pensamento vivo de Jorge Luis Borges*. São Paulo: Martin Claret Editores, 1987.

FRANÇA, Júnia Lessa; VASCONCELLOS, Ana Cristina de. *Manual para normalização de publicações técnico-científicas*. Colaboração: Maria Helena de Andrade Magalhães, Stella Maris Borges. – 8. Ed. ver. e ampl. por Junia Lessa França e Ana Cristina de Vasconcellos. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007.

GIRON, Luís Antônio. *Paulo Coelho para o Nobel*. 21/11/2005. Disponível em <<http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=133>> Acesso em: 20 de março de 2009.

GREGOLIM, Maria do Rosário. O acontecimento discursivo na mídia: metáfora de uma breve história do tempo. In: GREGOLIM, Maria do Rosário; COURTINE, J.J; BONNAFOUS, Simone; POSSENTI, Sírio; SARGENTINI, Vanice; BARONAS, Roberto; BARBOSA, Pedro Luis Navarro; FILHO, Carlos Piovezani. *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003.

GUINSBURG, Jaime. O valor estético: entre universalidade e exclusão in: ALEA. *Estudos Neolatinos*—vol. 10, n° 1, Jan./June 2008. Disponível em <<http://www.scielo.br/scielo.php?pid>>. Acesso em: 03 de março de 2009.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.

HATOUN, Milton. Trecho de entrevista concedida a *O Estado de São Paulo*, 14/11/1998.

HUYSEN, Andreas. *Memórias do modernismo*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1996.

JAMESON, Fredric. *A cultura do dinheiro*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

_____. *As marcas do visível*. Rio de Janeiro: Graal, 1995.

JUNIOR, Luís Rebinski. *Literatura Pop: um gênero que não existe*. Disponível em: <<http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=2427>>. Acesso em: 12 de abril de 2009.

KLINGER, Diana Irene. *Escritas de si, escritas do outro: o retorno do autor e a virada etnográfica*: Bernardo Carvalho, Fernando Vallejo, Washington Cucurto, João Gilberto Noll, César Aira, Silviano Santiago. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2007.

LAJOLO, Marisa. *Literatura: leitores e leitura*. São Paulo: Moderna, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras. 1989.

_____. *Os tempos hipermodernos*. Tradução- Mário Vilela. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

_____. *A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. Trad. Therezinha Monteiro Deutsch. São Paulo: Manole, 2005.

_____. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução- Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LOPES, Denílson. *A delicadeza: estética, experiência e paisagens*. Brasília: Editora Universidade de Brasília: Finatec, 2007.

MAFFESOLI, Michel. *A conquista do presente*. Tradução: Alípio de Souza Filho. Natal: Argos, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MARTINS, Wilson. Entrevista concedida ao jornal *O Estado de São Paulo*. s/d. In: *Relações Literárias*. Disponível em <<http://www.tirodeletra.com.br/relacoes/PauloCoelho.htm>>. Acesso em: 23 de maio de 2009.

MATTA, Luis Eduardo. *Literatura de entretenimento e leitura no Brasil*. 21/11/2006. Disponível em <<http://digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=2110>>. Acesso em: 15 de março de 2009.

MEYER, Marlyse. Entrevista concedida ao jornal *Folha de São Paulo*. s/d. In: *Relações Literárias*. Disponível em <<http://www.tirodeletra.com.br/relacoes/PauloCoelho.htm>>. Acesso em: 23 de maio de 2009.

MORICONI, Ítalo. *A problemática do pós-modernismo na literatura brasileira: uma introdução ao debate*. 2004. Disponível em <<http://www.cesargiust.ddfnrt.com.br/ufpe/litbr5/text/podmodernbr.pdf>>. Acesso em: 11 fev. 2009.

MORICONI, Ítalo. *Circuitos contemporâneos do literário*. Agosto de 2005. Disponível em <<http://avatar.ime.uerj.br/cevcl/artigos/Circuitoscontemporaneosdoliterario/Italomoriconi.doc>>. Acesso em: 22 de maio de 2009.

MUYLAERT, Roberto. *Marketing cultural: comunicação dirigida*. 4. ed. São Paulo: Globo, 1995.

NEPOMUCENO, Eric. Trecho de entrevista concedida ao *Jornal do Brasil*. s/d. Disponível em <<http://www.tirodeletra.com.br/relacoes/PauloCoelho.htm>>. Acesso em: 23 de maio de 2009.

NIETZSCHE, Friedrich. *Ecce homo*. Tradução; Antônio Carlos Braga. São Paulo: Editora Escala, 2006.

_____. *Assim falou Zaratustra*. São Paulo: Martin Claret Editora, 2005.

NOLASCO, Edgar César; LONDERO, Rodolfo Rorato. *Literaturas invisíveis: ficção científica, auto-ajuda e Cia*. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2009.

NOLASCO, Edgar César. (Org.). *O objeto do desejo em tempo de pesquisa: projetos críticos na pós-graduação*. Rio de Janeiro: Corifeu, 2008.

NOLASCO, Edgar César. Declínio da literatura/ascensão da cultura: o intelectual pop-star cult Paulo Coelho. In: NOLASCO, Edgar César e LONDERO, Rodolfo Rorato. *Literaturas invisíveis: ficção científica, auto-ajuda e Cia*. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2009. p. 13-28.

OLIVEIRA, Ivan Luiz de. *A liberdade vigiada: estudos sobre os modos de recepção da obra O alquimista, de Paulo Coelho, pelos detentos da penitenciária estadual de Maringá*. Dissertação de mestrado. UEM 2007, 130f.

ORTEGA, Francisco. *Para uma política da amizade: Arendt, Derrida, Foucault*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.

PAES, José Paulo. *A aventura literária: ensaios sobre ficção e ficções*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

PAZ, Eliane H. *Massa de qualidade*. Disponível em <<http://www.livroehistoriaeditorial.pro.br/pdf/elianepaz.pdf>>. 11/11/2004. Acesso em: 03 de março 2009.

PICHIO, Luciana Stegagno. Entrevista concedida. In: *Relações literárias*. s/d. Disponível em <<http://www.tirodeletra.com.br/relacoes/PauloCoelho.htm>>. Acesso em: 23 de maio 2009.

PINTO, S. O. “*Literatura arrastando a vida*”: uma entrevista com José Castello. Disponível em <<http://www.leituralivre.com.br/index.asp?conteudo=noticia&cod=137>>. Acesso em: 10 fev. 2009.

PIGLIA, Ricardo. *O laboratório do escritor*. Trad. Josely Vianna Baptista; São Paulo: 1994.

REIMÃO. *Os best-sellers de ficção no Brasil: 1990/2000*. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP4REIMÃO.pdf>> Acesso em: 10 de abril 2009.

ROUDINESCO, Elisabeth. *A análise e o arquivo*. Trad. André Telles; Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2006.

SAER, Juan José. Trecho de entrevista ao jornal *O Estado de São Paulo*. Disponível em <<http://www.tirodeletra.com.br/relacoes/PauloCoelho.htm>>. Acesso em: 23 de maio de 2009.

SANTIAGO, Silviano. *Nas malhas da letra*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. *O cosmopolitismo do pobre*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

SODRÉ, Muniz. *O bios midiático na cena social contemporânea*. s/d. Disponível em: < www.revistafapesp.br>. Acesso em: 21 jan. 2009.

SOROMENHO, Ana; RAINHO, Vítor. Sempre soube que ia ter sucesso. In: *Revista Única, Jornal Expresso*, 15 de fevereiro de 2003, p. 32.

SOUZA, Eneida Maria de. *Crítica cult*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

_____. *Tempo de pós-crítica*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

TENFEN, Maicon. *Bruxarias, alquimias e mercadorias: a narrativa de mercado e o fenômeno Paulo Coelho*. Dissertação de Mestrado. 165f. Universidade Federal de Santa Catarina: UFSC, 2002.

TODOROV, Tzvetan. *A literatura em perigo*. São Paulo: Editora Difel, 2007.

VLASSELAERS, Joris. Tecnologia mediática e inovação literária. In: ANTELLO, Raul; CAMARGO, Maria Lúcia de Barros; ANDRADE, Ana Luiza; ALMEIDA, Tereza Virgínia de (Orgs). *Declínio da arte, ascensão da cultura*. Florianópolis: Editora Letras Contemporâneas e ABRALIC, 1998.