

LE PROFIL DES LIVRES DE FICTION LES PLUS VENDUS AU BRÉSIL ENTRE 1990 ET 1999*

Sandra REIMÃO

Résumé : Ce texte essaie d'établir un panorama du profil de la préférence des lecteurs en termes d'achat de livres de fiction, au Brésil, entre 1990 et 1999. Dans un second moment, le texte expose quelques commentaires à propos d'un segment spécifique du marché éditorial brésilien : celui des livres ayant de fortes corrélations avec la télévision.

Mots-clés : fiction ; marché éditorial brésilien ; télévision.

Resumo: Este artigo tenta estabelecer um panorama do perfil de preferência dos leitores em termos de aquisição de livros de ficção, no Brasil, entre 1990 e 1999. Num segundo tempo, o texto propõe alguns comentários a respeito de um segmento específico do mercado editorial brasileiro : o dos livros que tem fortes correlações com a televisão.

Palavras-chave: ficção; mercado editorial brasileiro; televisão.

Le moment le plus important, à mes yeux, c'est celui qui précède la lecture. Parfois le titre suffit pour allumer en moi le désir d'un livre qui peut-être n'existe pas. Parfois c'est l'incipit du livre, ses premières phrases... En somme: s'il vous suffit de peu pour mettre en route votre imagination, moi, il m'en faut encore moins : rien que la promesse d'une lecture.

Italo Calvino, *Si par une nuit d'hiver un voyageur*

INTRODUCTION

Lorsqu'une personne se rend à une librairie et acquiert un livre, elle réalise un acte selon lequel la marchandise achetée, l'objet livre, peut combler une envie, une demande ou un besoin culturel. Cette facette de l'acte d'acquérir un livre vient de ce que les livres sont, comme beaucoup l'ont déjà dit, « une marchandise [...] et en même temps un signe culturel support d'un sentiment », autrement dit « un véhicule culturel qui est aussi une

* Traduit par Dorothée de Bruchard.

marchandise »¹. (Inutile de dire que non seulement les livres, mais tout produit culturel a aussi, par définition, cette double existence.)

Il se peut que le livre qui vient d'être acheté soit oublié sur une banquette d'autobus et ne retourne jamais entre les mains de son acheteur. Ou bien il se peut que le propriétaire de ce livre feuillette rapidement le volume et en remette la lecture à plus tard. À jamais, peut-être. Il se peut aussi que le livre qui vient d'être acheté soit immédiatement et entièrement lu par l'acheteur. Il se peut que la lecture ne soit pas effectuée par l'acheteur, mais par un membre de sa famille ou de son cercle de relations. Il se peut que le livre qui vient d'être acheté soit lu par l'acheteur mais aussi par quelques uns de ses parents et amis. En cas de lecture accomplie, il se peut que le lecteur se sente gratifié, c'est-à-dire qu'il trouve que le livre a satisfait le besoin motivateur de l'acte de lecture, ou pas. Il se peut que certains lecteurs se sentent récompensés dans leurs demandes originales et d'autres pas. Bref, plusieurs déroulements possibles s'ensuivent à l'acte d'acheter un livre.

Quels que soient le déroulement et la destinée d'un livre acquis, rien n'invalide le sens de l'acte d'acheter – promesse d'accomplissement d'une demande, d'un besoin, d'une envie. L'idée que cette marchandise culturelle, ce livre, puisse apporter à l'acheteur et/ou au lecteur potentiel ce qu'il cherchait. Même si le livre acquis n'est jamais lu, l'instant de l'achat est, et continuera d'être, le moment d'un pari. La note d'achat en est témoin.

Le moment de l'achat d'un livre dans une librairie, qui est un des moyens pour que le livre parvienne au lecteur (il y en a d'autres, comme la lecture en bibliothèque, les emprunts, la location, etc.), s'inscrit dans un long parcours qui est le cycle de vie des imprimés. D'après Robert Darnton, « on peut décrire ce cycle comme étant un circuit de communication qui va de l'auteur à l'éditeur, à l'imprimeur, au distributeur, au vendeur pour enfin parvenir au lecteur »². Chacun de ces moments est profondément imbriqué dans les autres et comprend une gamme variée et non excluante d'agents sociaux, tout en incluant une série de savoirs et/ou de pratiques.

Au moment de l'acquisition d'un livre, instant qui subit l'interférence d'une infinité de facteurs personnels, collectifs et sociaux, l'un des éléments décisifs du processus de choix est le titre de l'ouvrage. Que ce choix ait lieu avant l'entrée de l'acheteur potentiel dans la librairie, ou qu'il ait lieu lors de l'acte même d'acheter, le titre joue un rôle primordial dans cet acte. (Bien entendu, et surtout lorsque le choix du livre qui doit être acquis se donne dans la librairie, la matérialité de cet objet typographique – la qualité du

¹ Roger Chartier & Daniel Roche, "Le livre: un changement de perspective", in Jacques Le Goff et Pierre Nora, *Faire de l'histoire. Nouveaux objets*. Paris, Gallimard, 1974. Les auteurs, avec ces expressions, reprennent la formulation classique de Lucien Febvre & Henri-Jean Martin – "Le Livre, cette Marchandise/Le livre, ce ferment (d'Idées) » - titre de deux chapitres du livre *L'apparition du livre* (Paris, Albin Michel, 1971), considéré l'un des premiers jalons de l'ainsi nommée nouvelle histoire du livre.

² Robert Darnton, "O que é a História dos Livros?", *O Beijo de Lamourette: Mídia, Cultura e Revolução* (The Kiss of Lamourette. Reflections in cultural history), São Paulo, Companhia das Letras, 1993, p. 112.

papier, la forme et la disposition des caractères, les illustrations, la couleur et le dessin de couverture, bref, la conception graphique – peut également constituer un facteur primordial dans la décision de l’acquéreur/lecteur.)

L’observation des titres quantitativement plus présents dans une société donnée à une certaine époque peut renseigner l’observateur quant aux dominantes culturelles de cette société. « En pénétrant dans la forêt des titres, l’historien du livre [...] croit pouvoir, peut-être, pondérer [...], au niveau des diffusions, les dominantes culturelles »³.

Partant de la supposition initiale selon laquelle l’acte d’achat d’un livre indique une demande culturelle de la part de l’acheteur ou du lecteur potentiel, et de la supposition corrélative selon laquelle les titres les plus répandus dans une société donnée à une époque donnée peuvent indiquer ses dominantes culturelles, nous allons examiner les livres de fiction d’auteurs nationaux les plus vendus au Brésil dans la décennie 1990. (Sans oublier que la liste des livres les plus vendus elle-même peut agir sur le lecteur potentiel comme une information génératrice de demande – elle peut susciter l’envie de lire ce que « tout le monde » est en train de lire et de commenter.)

I. LES LIVRES DE FICTION D’AUTEURS NATIONAUX LES PLUS VENDUS PENDANT LA DECENNIE 1990

Pour pouvoir tracer en grandes lignes le profil thématique des choix volontaires d’acquisition de livres de fiction pendant la décennie 1990, nous avons consulté les listes annuelles des livres les plus vendus publiées dans le journal *Folha de S. Paulo*. Nous avons repéré les listes ayant trait aux années 1990, 1991, 1992, 1993, 1995 et 1996. Pour les autres années de la décennie 1990, nous avons établi les listes annuelles des livres les plus vendus à partir des listes mensuelles trouvées dans ce même journal. (De 1990 à 1993, ce relevé présenté par *Folha de São Paulo* avait une ampleur nationale, étant effectué auprès des libraires; à partir de 1994, la méthodologie est devenue la fragrance de l’acte d’achat auprès des consommateurs ; entre 1994 et 1996, le relevé fut effectué au moyen d’un échantillon représentatif des librairies de São Paulo et, dès 1997, au moyen d’un échantillon national⁴).

³ Roger Chartier & Daniel Roche, article cité, p. 104.

⁴ Ces données ne seront utilisées qu’en tant que vagues indicateurs, en tant que « signalisateurs » des thématiques et des inquiétudes dominantes dans le secteur de la population qui a accès au livre, car on connaît le caractère partial et inexact de ce genre de relevé. Ces relevés sont effectués auprès d’un échantillon de librairies. Il faut tout d’abord bien comprendre que les librairies choisies peuvent ne pas constituer un échantillon vraiment représentatif du secteur. Ensuite, il faut tenir compte de ce que les librairies ne représentent que l’une des formes possibles de commercialisation du livre – en 1998, par exemple, d’après les données de la CBL (Câmara Brasileira do Livro), les ventes en librairie représentaient environ 47% du total des ventes de ce marché. Il faut tenir compte aussi de ce que, en raison de l’ampleur d’autres moyens de distribution, comme par exemple les ventes directes au Ministère de l’Éducation et les ventes dans les écoles, un manuel scolaire n’arrive que rarement aux listes de *best-sellers*, alors qu’il occupe, pourtant, une très grosse part du marché éditorial.

LIVRES D'AUTEURS BRÉSILIENS PARMIS LES DIX LIVRES LES PLUS VENDUS DE L'ANNÉE DU SEGMENT DE LA FICTION, AU BRÉSIL – 1990-1999

PAULO COELHO	<i>Verônica Decide Morrer</i> [<i>Véronika décide de mourir*</i>], 5 ^{ème} , 1998; <i>Monte Cinco</i> [<i>La Cinquième montagne*</i>], 2 ^{ème} , 1996; <i>Na Margem do Rio Piedra...</i> [<i>Sur le bord de la rivière Piedra*</i>], 5 ^{ème} , 1995; 1 ^{er} , 1994; <i>Diário de um Mago</i> [<i>Journal d'un mage*</i>], 6 ^{ème} , 1993; 6 ^{ème} , 1992; 5 ^{ème} , 1991; 2 ^{ème} , 1990; <i>O Alquimista</i> [<i>L'Alchimiste*</i>], 10 ^{ème} , 1995; 7 ^{ème} , 1994; 3 ^{ème} , 1993; 2 ^{ème} , 1992; 1 ^{er} , 1991; 1 ^{er} , 1990; <i>As Valkírias</i> [<i>Les Walkyries*</i>], 2 ^{ème} , 1993; 1 ^{er} , 1992; <i>Brida</i> [<i>Brida*</i>], 5 ^{ème} , 1993; 4 ^{ème} , 1992; 2 ^{ème} , 1991; 3 ^{ème} , 1990.
ZIBIA GASPARETTO	<i>O Advogado de Deus</i> [<i>L'Avocat de Dieu</i>], 5 ^{ème} , 1999; <i>Sem Medo de Viver</i> [<i>Pas peur de vivre</i>], 2 ^{ème} , 1997; 8 ^{ème} , 1996; <i>A Verdade de Cada Um</i> [<i>La Vérité de Chacun</i>], 5 ^{ème} , 1996; <i>Pelas Portas do Coração</i> [<i>Par les portes du coeur</i>], 3 ^{ème} , 1995; <i>Laços Eternos</i> [<i>Liens éternels</i>], 9 ^{ème} , 1995.
VERA L. M. DE CARVALHO	<i>Violetas na Janela</i> [<i>Des Violettes à la fenêtre</i>], 4 ^{ème} , 1998; 3 ^{ème} , 1997; 9 ^{ème} , 1996; 4 ^{ème} , 1995.
JÔ SOARES	<i>O Homem que matou Getúlio Vargas</i> [<i>L'Homme qui tua Getúlio Vargas*</i>], 1 ^{er} , 1999; 9 ^{ème} , 1998; <i>Xangô de Baker Street</i> [<i>Elémentaire, ma chère Sarah*</i>], 10 ^{ème} , 1997; 4 ^{ème} , 1996.
JOÃO UBALDO RIBEIRO	<i>A Casa dos Budas Ditosos</i> [<i>O luxure, ou, La maison des bouddhas bienheureux*</i>], 3 ^{ème} , 1999.
ZUENIR VENTURA	<i>Mal Secreto</i> [<i>Mal secret</i>], 6 ^{ème} , 1998.
LUIZ FERNANDO VERISSIMO	<i>Comédias da Vida Privada</i> [<i>Comédies de la vie privée</i>], 8 ^{ème} , 1997; 6 ^{ème} , 1996; 2 ^{ème} , 1995.
RUBEM FONSECA	<i>E do Meio do Mundo Prostituto...</i> [<i>Et de l'intérieur du monde prostitué...</i>], 9 ^{ème} , 1997; <i>Romance Negro e outras Histórias</i> [<i>Roman noir et autres histoires</i>], 10 ^{ème} , 1992; <i>Agosto</i> [<i>Août</i>], 6 ^{ème} , 1991.
JORGE AMADO	<i>A Descoberta da América pelos Turcos</i> [<i>La Découverte du Brésil par les Turcs</i>], 2 ^{ème} , 1994.
JOSÉ ROBERTO TORERO	<i>Galantes Memórias do Conselheiro Gomes, o Chalaça</i> [<i>Galantes mémoires du Conseiller Gomes, le Plaisantin</i>], 3 ^{ème} , 1994.
RAQUEL DE QUEIROZ	<i>Memorial de Maria Moura</i> [<i>Maria Moura*</i>], 9 ^{ème} , 1994.
MARCELO RUBENS PAIVA	<i>Bala na Agulha</i> [<i>Beau jeu</i>], 9 ^{ème} , 1993.
CHICO BUARQUE	<i>Estorvo</i> [<i>Embrouille*</i>], 8 ^{ème} , 1992; 3 ^{ème} , 1991.

Source : listes annuelles et, en l'absence de celles-ci, listes mensuelles publiées dans le journal *Folha de São Paulo*.

Si l'on observe les listes des dix titres de fiction les plus vendus entre 1990 et 1999, on constatera que 48 titres sur les cent qui en ressortent, soit presque la moitié, sont d'auteurs nationaux.

La forte présence d'auteurs nationaux de fiction dans les listes des livres les plus vendus est un phénomène récent. Dans la décennie 1980, la présence d'écrivains brésiliens parmi les titres de fiction les plus achetés par le public national était d'environ 26%⁵ – *grosso modo*, entre 1980 et 1989, dans les listes annuelles des livres de fiction les plus vendus, un livre sur quatre seulement était écrit par un auteur national.

Le phénomène Paulo Coelho est l'une des raisons qui explique l'accroissement de la présence de l'auteur national parmi les livres de fiction les plus vendus dans le pays. Parmi les cent titres les plus vendus de la décennie 1990, sur les 48 livres d'auteurs brésiliens mentionnés il y en a vingt de Paulo Coelho. Depuis qu'en 1989 *O Alquimista* est entré dans la liste des livres les plus vendus, cet ouvrage et d'autres ouvrages de l'auteur ont fréquenté ces listes assidûment.

Il faut donc créditer d'un point positif l'activité littéraire de Paulo Coelho : avoir permis une plus grande proximité entre le lecteur de fiction brésilienne et les auteurs nationaux.

En 1988, et donc avant la consolidation de Paulo Coelho en termes de ventes, le critique littéraire José Paulo Paes, dans un travail intitulé « Para uma literatura brasileira de entretenimento (ou : o Mordomo não é o único culpado) » [« Pour une littérature brésilienne de divertissement (ou: le valet de chambre n'est pas le seul coupable) »] (d'abord donné comme conférence en 1988, puis publié dans le recueil *A Aventura literária* [L'Aventure littéraire]⁶), signalait déjà, sur le marché brésilien, le manque d'auteurs dont on pouvait dire qu'ils produisaient de la littérature de masse et soulignait ce manque comme malfaisant, puisqu'il donnait lieu au *best-seller* traduit. Paulo Coelho a finalement atténué cet état des choses.

II. ESOTÉRISME, SPIRITUALISME/SPIRITISME ET/OU EPANOUISSEMENT PERSONNEL

La littérature de Paulo Coelho « éclata » sur le marché, au début tout au moins, avec la forte marque d'une lecture d'épanouissement personnel, appropriée aux lecteurs recherchant le développement de la spiritualité, autrement dit une littérature fortement chargée d'ésotérisme. La croissance du rayon ésotérisme/ épanouissement personnel/ spiritualité a fait en sorte qu'un autre véhicule de communication qui publie habituellement des listes des livres les plus vendus sur le marché éditorial brésilien (quoique pas avec la même constance et avec une toute autre méthodologie que *Folha*), le magazine *Veja*, commence dès 1996 à inclure, à côté des rubriques fiction et non-

⁵ Sandra Reimão, *Mercado Editorial Brasileiro*, São Paulo, Com/Arte-Fapesp, 1996, p. 82.

⁶ São Paulo, Companhia das Letras, 1990.

fiction, un troisième domaine pour englober justement ce type de publication. Dans l'article qui présentait ce changement, Neusa Sanchez (*Veja*, 11/12/1996, pp. 130-131) déclarait que ce troisième segment était responsable d'environ 30% des titres publiés au Brésil. Dans le même article, on apprenait aussi que le journal américain *The New York Times* avait été le premier à créer une rubrique particulière pour ce type d'écrit.

Si l'on quitte la décennie 1990 et que l'on jette un bref coup d'oeil sur les livres les plus vendus de l'an 2000, nous verrons, d'après l'examen des listes mensuelles de *Folha de S. Paulo*, et comparativement à la moyenne de la dernière décennie, qu'il y a un déclin de la présence d'auteurs brésiliens. Trois auteurs nationaux seulement sont sur la liste annuelle des dix livres de fiction les plus vendus en l'an 2000 : João Ubaldo Ribeiro, avec *A Casa dos Budas Ditosos* [*O luxure, ou, La maison des bouddhas bienheureux**] (2^{ème}) ; un recueil de contes intitulé *Os Cem Melhores Contos* [Les Cent meilleurs contes] qui réunit des contes courts d'auteurs brésiliens du XX^{ème} siècle, organisé par Italo Moriconi (7^{ème}) ; et encore un titre de Paulo Coelho, *O Demônio e a Srta. Prym* [*Le Démon et Mademoiselle Prym**] (le magazine *Veja*, dans un article sur les livres les plus vendus de l'an 2000, publié le 10/01/2001, indique également ces trois titres comme étant les seuls brésiliens du segment de la fiction à entrer dans la liste). Le phénomène mondial de Harry Potter – *Harry Potter e a Pedra Filosofal* [*Harry Potter et la pierre philosophale**] et *Harry Potter e a Câmara Secreta* [*Harry Potter et la chambre des secrets**] – peut expliquer en partie cette chute de la présence d'auteurs nationaux parmi les livres les plus vendus en 2000.

Pour en revenir à la décennie 1990 et au thème de la recherche de croissance spirituelle comme l'une des principales motivations à la lecture, on remarquera que le deuxième auteur à avoir eu le plus d'ouvrages mentionnés parmi les plus vendus de l'année, entre 1990 et 1999, fut l'écrivain spirite Zibia Gasparetto, avec les livres *Pelas Portas do Coração* [Par les portes du coeur], *Laços Eternos* [Liens Éternels], *Sem Medo de Viver* [Pas peur de vivre] et *O Advogado de Deus* [L'Avocat de Dieu]. Dans le même segment du marché, *Violetas na Janela* [Des violettes à la fenêtre], de Vera Lúcia de Carvalho, un livre sur les expériences d'une jeune fille morte à dix-neuf ans, demeura pendant quatre ans, de 1995 à 1998, parmi les livres les plus vendus. Il faut noter que, dans le segment de la non-fiction, cette préférence thématique s'est maintenue constante au long de la décennie. Dans le domaine de l'épanouissement personnel nous pouvons signaler entre autres, en termes de vente, des titres de Lair Ribeiro tels que *O Sucesso não Ocorre por Acaso* [Le Succès n'arrive pas par hasard], *Prosperidade – Fazendo amizade com o Dinheiro* [Prosperité – faire amitié avec l'argent], *Auto-estima – Aprendendo a Gostar mais de Você* [Auto-estime – Apprendre à mieux vous aimer vous-même] ou bien, si l'on songe aux auteurs étrangers, des titres tels que *Inteligência Emocional* [L'Intelligence émotionnelle*] et *Inteligência Emocional e a Arte de Educar nossos Filhos* [L'Intelligence émotionnelle et l'art d'éduquer nos enfants]. Dans le domaine ésotérisme/ spiritualité, parmi les plus vendus de la décennie il se trouvait des livres tels que *Anjos Cabalísticos* [AnGES cabalistiques] et d'autres par Mônica Buonfiglio, et des livres où le psychiatre américain Brian Weiss focalise le thème « vies antérieures » tels que *Só o amor é real* [Il n'y a que l'amour*] et *Muitas Vidas, Muitos Mestres* [De Nombreuses vies, de nombreux maîtres*].

III. AUTRES LIVRES, AUTRES THEMATIQUES

Si les trois premiers auteurs figurant au tableau des écrivains brésiliens de fiction les plus vendus pendant la décennie 1990 se profilent *grosso modo* dans une même proposition thématique, l'ensemble des autres auteurs présents sur la liste semble primer par l'éclectisme et par la diversité interne. Tâchons de repérer quelques constantes dans les titres cités ci-dessus.

Il nous faut tout d'abord remarquer que la grosse majorité des titres d'auteurs brésiliens parmi les dix livres les plus vendus chaque année pendant la décennie 1990 est constituée de romans. Les livres de récits courts (contes, chroniques) sont également présents (*Comédias da Vida Privada* [Comédies de la vie privée], *Romance Negro e Outras Histórias* [Roman noir et autres histoires], *E do Meio do Mundo Prostituto* [Et de l'intérieur du monde prostitué]... ce dernier, un coffret contenant deux livres, dont l'un de contes), en moindre quantité. Pas de livres de poésie.

Ensuite, il nous faut faire une brève remarque sur les sous-genres littéraires. La grosse majorité des romans qui composent la liste des livres les plus vendus chaque année dans la décennie 1990 ne peut se profiler dans un sous-genre littéraire nettement précis. L'exception étant *Bala na Agulha* [Beau jeu], de Marcelo Rubens Paiva qui est manifestement un roman policier. L'auteur, très connu du public pour avoir écrit un grand *best-seller* biographique racontant l'accident qui le rendit paraplégique, un immense succès, surtout chez les jeunes, au début des années 80 (*Feliz Ano Velho* [Bonne année passée]), reparait maintenant avec un roman policier. *Xangô de Baker Street* [Elémentaire, ma chère Sarah*], de Jô Soares, et les livres de Rubem Fonseca sont également des textes qui peuvent se profiler dans cette famille littéraire. D'ailleurs, la littérature policière qui, malgré quelques grands noms, n'a jamais eu une grosse tradition au Brésil, semble croître en densité et en présence sur le marché avec des auteurs tels Luiz Alfredo Garcia-Roza (*Vento Sudeste* [Vent sud-est], 3^{ème}, décembre 1999, entre autres) et Tony Bellotto.

Xangô de Baker Street, de Jô Soares, allie la tradition des récits policiers à deux autres volets qui se font évidents si l'on analyse la liste des livres les plus vendus annuellement pendant la décennie de 1990 au Brésil : la présence des thèmes historiques nationaux (vérifiable, entre autres, dans *O Homem que matou Getúlio* [L'Homme qui tua Getúlio Vargas*], *A Descoberta da América pelos Turcos* [La Découverte de l'Amérique par les Turcs], *Galantes Memórias do Conselheiro Gomes, o Chalaça* [Mémoires galantes du Conseiller Gomes, Le Plaisantin] et *Memorial de Maria Moura* [Maria Moura*] et ce qui, en l'absence d'une caractérisation plus conclusive, nous pourrions nommer une forte tendance au registre comique, parodique, satyrique, moqueur ou dérisoire. La forte présence de thèmes historiques nationaux dans les *best-sellers* de la décennie peut, en partie, être attribuée à l'ambiance festive/ réflexive suscitée par les commémorations des cinq cents ans de la Découverte du Brésil. Cette thématique était aussi très présente

dans les *best-sellers* de la non-fiction : pour ne citer qu'un exemple, songeons à la série d'Eduardo Bueno, *A Viagem do Descobrimento* [Le Voyage de la Découverte] ; *Náufragos, Traficantes e Degredados* (Naufragés, Trafiquants et Proscrits) et *Capitães do Brasil* [Capitaines du Brésil].

IV. A PROPOS DES AUTEURS BRÉSILIENS DE FICTION LES PLUS VENDUS PENDANT LA DÉCENNIE 1990

Quant aux auteurs qui figurent sur la liste ci-dessus, remarquons quelques caractéristiques qui semblent se dessiner très nettement. Il faut tout d'abord noter que nombre d'entre eux avaient déjà publié des ouvrages devenus *best-sellers* les décennies précédentes, ce qui est un bon exemple de la fidélité des lecteurs aux auteurs connus et acclamés en termes de ventes. Jorge Amado est l'un des auteurs nationaux les plus vendus au Brésil depuis presque cinquante ans déjà ; João Ubaldo Ribeiro, Luiz Fernando Verissimo et Rubem Fonseca figuraient déjà sur les listes annuelles des livres les plus vendus dans les années 80, avec les titres suivants respectivement : *Viva o Povo Brasileiro* [Vive le peuple brésilien*] et *O Sorriso do Lagarto* [Le Sourire du lézard*] ; *O Analista de Bagé* [Le Psychanalyste de Bagé] et *A Velhinha de Taubaté* [La Petite vieille de Taubaté] ; *A Grande Arte* [Du Grand Art*]. Marcelo Rubens Paiva, nous l'avons dit, est également compris dans cette catégorie d'auteurs qui reparaissent parmi les plus vendus de la décennie de 1990 après y avoir déjà paru dans la ou les décennies précédentes.

Remarquons, en second lieu, que plusieurs auteurs nationaux qui figuraient parmi les plus vendus annuels dans les années 90 poursuivent des activités régulières dans d'autres moyens de communication de masse : João Ubaldo Ribeiro et Luiz Fernando Verissimo sont les collaborateurs réguliers du journal *O Estado de S. Paulo* et leurs oeuvres ont été adaptées à la télévision sur la chaîne la plus importante du pays ; c'est aussi le cas de Rubem Fonseca, dont le livre *Agosto* [Août] a été transformé en feuilleton télévisé en 1993 ; Marcelo Rubens Paiva était également présent cette décennie-là sur la programmation de la télévision hertzienne nationale. Souvenons-nous que Paulo Coelho, l'auteur le plus vendu du rayon que nous avons nommé ici ésotérisme/spiritualisme, publiait également, à partir de juin 1993, une colonne hebdomadaire dans le journal *Folha de S. Paulo*.

Si l'on essayait d'ébaucher, à partir des remarques ci-dessus, les lignes générales du prototype de livre de fiction le plus vendu au Brésil au long des années 90 (mis à part les livres d'ésotérisme et de spiritualité), on arriverait au profil suivant : roman, avec des traits comiques parodiques accentués (et peut-être aussi quelques traits de littérature policière), concernant un thème historique local, écrit par un auteur connu du public lecteur et ayant une activité dans d'autres moyens de communication de masse.

Le roman *Memorial de Maria Moura* [Maria Moura*], qui figure parmi les livres les plus vendus au Brésil en 1994, nous renvoie à un autre segment du marché éditorial –

celui des livres ayant été adaptés, sous forme de feuilleton, court ou long, à la télévision hertzienne. Arrêtons-nous un instant sur ce point.

V. *BEST-SELLERS* ET TELEVISION

Inaugurée en 1950, la télévision brésilienne s'est étendue en nombre, et géographiquement, à partir de la décennie 1960. Cette expansion permit l'apparition d'un nouveau segment sur le marché du livre : celui des textes ayant de fortes corrélations avec l'univers télévisuel. Ce segment se fit tout de suite présent sur les listes de *best-sellers*.

Années 70. Cinq livres de Chico Anysio demeurèrent parmi les livres de fiction les plus vendus de la décennie 1970. Chico Anysio, qui était déjà en 1973 un vétéran humoriste de la télé et qui a maintenu cette activité pendant toute la décennie, eut deux de ses livres inclus dans la liste des dix livres nationaux les plus vendus en 1973 : *O Enterro do Anão* [L'Enterrement du nain] (3^{ème}) et *É Mentira, Tertra ?* [N'est-ce pas vrai, Tertra ?] (6^{ème}). Ce dernier étant également demeuré sur la liste de 1974 comme le 10^{ème} livre le plus vendu d'auteur national. L'auteur eut encore un livre placé en 5^{ème} parmi les plus vendus en 1974 : *A Curva do Calombo* [La Courbe de la Bosse]. En 1975, un nouveau livre de Chico Anysio est le 5^{ème} plus vendu de l'année dans le segment des auteurs nationaux.

Années 80. Si l'on vérifie les listes des titres de fiction d'auteurs nationaux les plus vendus pendant les années 1980, on verra qu'un seul titre eut ses ventes explicitement accrues par la télévision : *Sucupira, Ame-a ou Deixe-a* [Sucupira, aimez-la ou quittez-la] (6^{ème}, 1982), de Dias Gomes. Les ventes de cet ouvrage se sont bénéficiées de la diffusion, quelques années auparavant, sur la principale chaîne du pays, d'un feuilleton du même auteur qui se passait dans la ville du même nom que le titre du livre : *Sucupira*. (Ce texte de Dias Gomes n'est pas celui qui est à l'origine du feuilleton *O Bem Amado* [Le Bien-aimé] – 1973, reprise en 1977 – il ne fait qu'utiliser le même cadre.) Certains autres textes, pendant la décennie 1980, même s'ils n'étaient point placés parmi les cent livres de fiction les plus vendus, ont augmenté leurs ventes grâce à une adaptation en feuilleton télévisé court ou long ; il semble que cela ait été le cas pour *Memórias de um Gigolô* [Mémoires d'un gigolo], de Marcos Rey, adapté en feuilleton court en 1986.

Quant au segment de la non-fiction, cet accroissement des ventes dû au support de la télé est très net pour les trois *best-sellers* de Marta Suplicy, restés parmi les cent titres de non-fiction les plus vendus de la décennie (*Conversando sobre sexo* [Conversations à propos de sexe] – 4^{ème}, 1983 ; *A Condição da Mulher* [La Condition de la femme] – 9^{ème}, 1984 ; et *De Mariazinha a Maria* [De **Petite Marie** à Marie], 5^{ème}, 1985). Marta

Suplicy tenait, au moment de la publication de ses premiers titres, une émission quotidienne sur la chaîne à plus grosse audience du pays⁷.

De retour aux années 90. La synergie entre les différents moyens de communication de masse est évidente sur la liste, mentionnée ci-dessus, des livres de fiction les plus vendus dans les années 1990. On y voit plusieurs auteurs qui, nous l'avons dit, collaborent régulièrement à des journaux imprimés ou bien ont eu leur ouvrage présent, d'une façon ou d'une autre, sur la programmation de la télévision hertzienne.

Si l'on focalise plus spécifiquement la question de l'accroissement des ventes d'un livre donné grâce au renfort de la télévision pendant la décennie 1990, on constate que ce phénomène présente deux facettes différentes :

1. En premier lieu, on vérifie dans les années 1990 la même tendance que l'on remarquait déjà depuis les années 1970, à ce que la présence d'un certain auteur dans une émission de télévision hertzienne puisse accroître la vente de ses livres. C'est le cas de Jô Soares, ancien humoriste qui présente actuellement une émission d'entrevues à la télé, dont deux romans se trouvaient parmi les cent livres les plus vendus de la décennie 1990. Remarquez, en ce cas, que son activité dans le domaine télévisuel a fort peu de rapport avec son activité littéraire (il ne s'agit pas, par exemple, d'un livre avec les meilleures entrevues réalisées sur son émission ou bien de ses mémoires portant sur son travail à la télé).

2. Un autre segment du marché éditorial brésilien qui témoigne d'une autre sorte de synergie entre la télévision et le monde du livre est celui des livres adaptés, sous forme de feuilleton court ou long, à la télévision hertzienne. C'est le cas de *Memorial de Maria Moura*, placé parmi les dix livres de fiction les plus vendus au Brésil en 1994 (année de son adaptation en feuilleton court à la Rede Globo de Televisão) et parmi les cent romans les plus vendus de la décennie). Dans un article à ce sujet, le supplément télé du journal *O Estado de S. Paulo* du 22/10/2000 remarque (quoique n'offrant pas de données très précises) que *O Auto da Compadecida* [Le jeu de la Miséricordieuse ou Le testament du chien], d'Ariano Suassuna, écrit en 1957, aurait doublé sa moyenne mensuelle de ventes lors de son adaptation à la télé en 1999 ; que *Éramos Seis* [Nous étions six], de Maria José Dupré, écrit dans la décennie 1940, aurait vendu en 1993, année de son adaptation sur la chaîne SBT (la quatrième adaptation dans l'histoire de la télévision brésilienne) plus de 48 mille exemplaires, alors que le total de ses ventes avant 1993 s'arrêtait dans les dix huit mille exemplaires. Le même article nous apprend que *A Muralha* [La Muraille], de Dinah Silveira de Queiroz, 1965, se trouvait hors catalogue et que son adaptation en feuilleton court pour la chaîne Globo, au début de l'an 2000, motiva la réédition qui vendit, jusqu'en octobre de la même année, 18.130 exemplaires.

⁷ Pour les données des trois derniers paragraphes, voir Sandra Reimão, *op. cit.*

Ces notes sur la vente des livres de fiction en raison de ses corrélations avec la télé nous mènent à une série de remarques : étant donné le processus de consolidation de la télévision en tant qu'élément d'importance dans l'industrie culturelle brésilienne, les reflets de ce nouveau véhicule se font sentir dans tous les autres segments de la production culturelle. Au niveau des ventes sur le marché éditorial des livres, la télévision semble agir dans deux directions qui peuvent impulser la commercialisation : 1. en rendant plus présente pour le public la figure des auteurs et 2. à travers l'adaptation de récits/ouvrages. Dans le cas des ventes de livres de fiction d'auteurs nationaux, il semble y avoir eu un glissement de la prédominance au long des trois dernières décennies en ce qui concerne le renfort de ventes venu de l'univers télévisuel. Si, dans les années 1970, la télé a surtout impulsé les ventes à travers la divulgation d'auteurs/personnalités médiatiques, dans les années 1990 elle le fera plutôt au moyen de la diffusion/divulgation d'ouvrages, notamment par leur adaptation en forme de feuilleton.

Ces deux modalités d'élargissement des ventes moyennant une impulsion provenant de la télévision, quoique très similaires, diffèrent en tant que vecteurs de formes de corrélations avec les livres. Dans le premier cas, celui de la divulgation de la figure des auteurs, il s'agit d'une attitude pour la vente de livres à travers des personnalités médiatiques ; dans le second cas, la télé fait surtout fonction de paratexte qui modèle et conduit l'acte de lecture d'un récit particulier.

Pour mieux réfléchir à ces deux modalités de synergie entre la programmation de la télévision et l'univers des livres, il nous faut annexer deux constatations :

1. il faut tenir compte de ce que la lecture de livres est un acte qui, d'une façon ou d'une autre, subit toujours une certaine préconfiguration et une préorientation. Dans notre société médiatique, les représentations des livres dans les autres moyens de communication de masse sont des espaces privilégiés de cette précodification implicite à l'acte de lecture ;

2. en stimulant la lecture, soit parce que l'auteur est une personnalité médiatique, soit par l'adaptation de la trame d'une oeuvre de fiction, la télévision aiderait à rompre le cercle de désinformation qui isole le lecteur potentiel de l'univers de la littérature. Rappelons-nous que la désinformation est l'une des principales entraves au développement du commerce libraire international. Laurence Hallewell, dans *O Livro no Brasil* [Le Livre au Brésil], confirme cet isolement : « Les Brésiliens, pour la plupart, n'achètent pas de livres pour le plaisir de la lecture car, outre les auteurs connus et détestés de la période scolaire, ils ne savent tout bonnement pas quoi lire »⁸.

⁸ Laurence Hallewell, *O Livro no Brasil*, São Paulo, T.A. Queiroz/Edusp, 1985, p. 571.

Tenant compte des remarques ci-dessus, on peut pourtant se demander si l'entrée dans l'univers des livres aurait tendance à avoir un effet plus solide et durable s'il s'effectuait au moyen d'un élément plus central de l'univers littéraire (un récit, par exemple) que par un élément plus éloigné de ce noyau (une personnalité médiatique). Mais c'est une question qui ne pourrait être exploitée qu'à travers un sondage empirique auprès des lecteurs. Ce qui serait un autre travail.

Observation 1	
Production d'exemplaires de livres au Brésil pendant la décennie 1990	
1990	– 239 millions
1991	– 303 millions
1992	– 189 millions
1993	– 222 millions
1994	– 245 millions
1995	– 330 millions
1996	– 376 millions
1997	– 381 millions
1998	– 369 millions
1999	– 295 millions

Source : Câmara Brasileira do Livro (CBL) (vérifier sur: www.cbl.org.br)