

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS (DOUTORADO)**

JOÃO CARLOS DIAS FURTADO

**ASPECTOS DA LEITURA LITERÁRIA NO SÉCULO XXI:
INFLUÊNCIA PROMOVIDA PELA TECNOLOGIA NO MERCADO EDITORIAL,
PRODUÇÃO LITERÁRIA E NA FORMAÇÃO DO LEITOR**

**MARINGÁ
2019**

JOÃO CARLOS DIAS FURTADO

**ASPECTOS DA LEITURA LITERÁRIA NO SÉCULO XXI:
INFLUÊNCIA PROMOVIDA PELA TECNOLOGIA NO MERCADO EDITORIAL,
PRODUÇÃO LITERÁRIA E NA FORMAÇÃO DO LEITOR**

Tese apresentada à Universidade Estadual de Maringá, como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutor em Letras, área de concentração: Estudos Literários.

Orientador: Prof. Dr. Márcio Roberto do Prado.

**MARINGÁ
2019**

Ficha Catalográfica
(para a defesa você RASGA essa página)
Não entrega não

JOÃO CARLOS DIAS FURTADO

**ASPECTOS DA LEITURA LITERÁRIA NO SÉCULO XXI:
INFLUÊNCIA PROMOVIDA PELA TECNOLOGIA NO MERCADO EDITORIAL,
PRODUÇÃO LITERÁRIA E NA FORMAÇÃO DO LEITOR**

Tese apresentada à Universidade Estadual de Maringá, como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutor em Letras, área de concentração: Estudos Literários.

Aprovada em

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Márcio Roberto do Prado
Universidade Estadual de Maringá – UEM
– Orientador –

Prof. Dr. João Luis Cardoso Tápias Ceccantini
Universidade Estadual Paulista – UNES – Assis

Prof. Dr. Thiago Alves Valente
Universidade Estadual do Norte do Paraná – UENP – Cornélio Procópio

Prof. Dra. Alice Áurea Penteado Martha
Universidade Estadual de Maringá – UEM

Profa. Dra. Liliam Cristina Marins
Universidade Estadual de Maringá – UEM

Dedico este trabalho

À minha família:

Marcela Demitto Furtado, esposa e
companheira fiel sem igual,

Olívia e Clara, minhas filhas tão amadas.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo mistério da vida, graça da existência e fonte de inspiração.

Aos meus pais, Carlos Eduardo Furtado e Lucia Helena da Silva Dias Furtado, pessoas únicas que possibilitaram meu caminho de aprendizado e realizações.

À minha irmã, Lucilia Dias Furtado, pelo incentivo e fraternidade ao longo de nossas vidas.

Aos meus amigos que construíram comigo alegrias, experiências, vivências, conversas e realizações.

Ao professor Márcio Roberto do Prado, meu sincero agradecimento pela paciência, orientação, colaboração, confiança, convivência e amizade.

Olha lá, quem acha que perder
É ser menor na vida
Olha lá, quem sempre quer vitória
E perde a glória de chorar
Eu que não quero mais ser um vencedor
Levo a vida devagar para não faltar amor.
[...]
Eu que já não sou assim
Muito de ganhar
Junto as mãos ao meu redor
Faço o melhor que sou capaz
Só para viver em paz.
(O Vencedor – Los Hermanos)

RESUMO

A presente tese de doutorado aborda a interferência que a tecnologia acarreta na sociedade contemporânea brasileira em relação ao leitor literário, ao mercado editorial e a literatura. O objetivo principal é compreender a influência que a tecnologia tem na formação do leitor literário do século XXI no Brasil analisando as transformações do mercado cultural, as novas produções literárias digitais e os índices de escolaridade/alfabetismo nacional que interferem na formação do leitor literário contemporâneo. Para desenvolver esta tese foram articulados três eixos de discussão que estabeleceram o perfil desse leitor literário: a literatura emergente nesse novo contexto, a sua circulação e consumo; e o impacto no consumo e leitura dos novos produtos digitais e o contexto educacional que forma os leitores para esse novo mundo. Para tanto foram analisados quatro relatórios de dados nacionais e internacionais: o documento *Retratos da leitura no Brasil 4* (2016), organizado pelo Instituto Pró-livro; o *Frequency of reading Books* (2017), organizado pela empresa de consultoria Gfk; *Produção e vendas do setor editorial do Brasil* (2017), organizado pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL); e o livro *Global eBook: a report on Market trends and developments* (2017), organizado pelo consultor austríaco Rüdiger Wischenbart. Os resultados apontaram para um leitor literário jovem, conectado e razoavelmente desligado das tradições clássicas do universo literário (autores, editoras e livrarias consagradas), pois o novo panorama tecnológico impactou social, cultural, literária e mercadologicamente, as transformações tecnológicas apresentaram um moderno contexto digital que mudou hábitos de consumo, produção, leitura, porém de forma mais moderado do que o imaginado. As análises demonstraram um leitor que escolhe suas leituras pelo seu gosto e por temas de interesse, influenciado especialmente pela mãe e por novas plataformas de leitura, mas não desligado totalmente do sistema de produção, consumo e distribuição do livro impresso, ressaltando que este é um universo em constante transformação.

Palavras-chave: Formação do leitor. Leitura literária e Mercado cultural digital.

ABSTRACT

This doctoral dissertation highlights the interference of technology on contemporary Brazilian society in relation to the literary reader, on the publishing market and on the literature itself. Its main aim is understanding the influence that technology has on the formation of the 21st century literature reader's profile in Brazil, by analyzing the digital cultural market transformations, the new digital literary productions, and the levels of national education/literacy that interfere in the formation of the literature reader. In order to develop this research were articulated, as follows: the emerging literature in this new context; its circulation and consumption; and the impact on consumption and reading of new digital products and the educational context that shapes readers for this new world. Four national and international data reports were analyzed: the document *Retratos da Leitura no Brasil 4* (Portraits of reading in Brazil, free translation) (2016), organized by the Brazilian institute *Pró-Livro*; the *Frequency of reading Books* (2017), organized by the consulting firm Gfk; *Produção e vendas do setor editorial do Brasil* (Production and sales of the Brazilian publishing sector, free translation) (2017), organized by the Brazilian National Book Publishers Union (SNEL); and the book *Global eBook: A Report on Market Trends and Developments* (2017), organized by Austrian consultant Rüdiger Wischenbart. The results point to a young literature reader, connected to internet, but somewhat disconnected from the classical traditions of the literary universe (authors, publishers and renowned bookstores), for the new technological scenario has social, cultural, literary and market impacts. The technological transformations presented a modern digital context that has changed consumption, production and, reading habits – more moderately than we had expected, though. The analysis showed, on one hand, a reader who chooses his reading to his taste and topics of interest, influenced by his mother and new reading platforms, and, on the other, a profile of whom in not completely disconnected from the consumption and distribution system of the printed book's production. It is important to mention, tough, that this universe is constantly changing.

Keyword: Reader's formation. Literary reading and Digital cultural market.

RESUMEN

Esta disertación doctoral aborda la interferencia que la tecnología causa en la sociedad brasileña contemporánea respecto lector literario, el mercado editorial y la literatura. El objetivo principal es comprender la influencia que la tecnología tiene en la formación del perfil del lector literario del siglo XXI en Brasil mediante el análisis de las transformaciones del mercado cultural digital, las nuevas producciones literarias digitales y los niveles de educación / alfabetización nacional que interfieren en la formación del lector literario contemporáneo. Para desarrollar esta investigación se articularon tres ejes de discusión que establecieron el perfil de este lector literario: la literatura emergente en este nuevo contexto, su circulación y consumo; y el impacto en el consumo y la lectura de nuevos productos digitales y el contexto educativo que da forma a los lectores para este nuevo mundo. Para ello, se analizaron cuatro informes de datos nacionales e internacionales: el documento *Retratos de lectura en Brasil 4* (2016), organizado por el Instituto Pro-libro; *Frecuencia de lectura de libros* (2017), organizado por la consultora Gfk; *Producción y ventas del sector editorial brasileño* (2017), organizado por la National Book Publishers Union (SNEL); y el libro *Global eBook: A Report on Market Trends and Developments* (2017), organizado por el consultor austriaco Rüdiger Wischenbart. Los resultados señalan a un joven lector literario, conectado y desprendido de las tradiciones clásicas del universo literario (autores, editoriales y librerías), porque el nuevo panorama tecnológico impacta social, cultural, literaria y mercadológicamente, las transformaciones tecnológicas presentaron un contexto digital moderno que cambiaron los hábitos de consumo, producción, lectura, pero de forma más moderada de lo imaginado. El análisis mostraron a un lector que elige sus lecturas de acuerdo con sus gustos y temas interés, influenciado por la madre y nuevas plataformas de lectura, pero no completamente desprendido del sistema de producción, consumo y distribución del libro impreso, sin embargo, este es un universo en constante cambio.

Palabras clave: Formación del lector. Lectura literaria y mercado cultural digital.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	– Faturamento das vendas online.....	91
Gráfico 2	– Classe social dos e-consumidores (2018).....	94
Gráfico 3	– Relação de aparelhos e seu uso (2018).....	96
Gráfico 4	– Uso do <i>e-reader</i> nas últimas 24h.....	97
Gráfico 5	– Relevância da mobilidade digital em alguns países.....	108
Gráfico 6	– Os maiores mercado editoriais do mundo em porcentagem....	109
Gráfico 7	– Mercado digital brasileiro.....	111
Gráfico 8	– Frequência de leitura e livros – quesito econômico.....	124
Gráfico 9	– Perfil do leitor e não leitor por região (2011-2015).....	128
Gráfico 10	– Perfil de leitura dos pais (gêneros).....	132

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	– Níveis de alfabetismo no Brasil conforme o Inaf (2001-2018)..	64
Tabela 2	– Escolaridade por grupos de alfabetismo.....	65
Tabela 3	– Títulos editados e exemplares produzidos por subsetor (Novos ISBN e Reimpressão) – 2018.....	85
Tabela 4	– Faturamento e exemplares vendidos (Total) – 2018.....	86
Tabela 5	– Faturamento e exemplares vendidos (Mercado e Governo) – 2018.....	87
Tabela 6	– Canais de comercialização (vendas ao mercado – faturamento).....	88
Tabela 7	– Classificação por área temática (2017-2018).....	89
Tabela 8	– Faixa etária dos e-consumidores (2017-2018).....	93
Tabela 9	– Evolução do mercado editorial nos países emergentes.....	110
Tabela 10	– Comparação entre o Livro Físico e o Digital (2017).....	117
Tabela 11	– Classificação por área temática (2015-2016).....	118
Tabela 12	– Canais de comercialização (2016).....	119
Tabela 13	– Evolução da escolaridade da população brasileira.....	126

LISTA ABREVIATURAS E SIGLAS

ABES	Associação Brasileira das Empresas Software
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CBL	Câmara Brasileira do Livro
CDF	Clube Desafio Futura
CERLAC	<i>Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe</i>
CNPQ	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CTP	Científicos, Técnicos e Profissionais
DAISY	<i>Digital Accessible Information System</i>
ENEM	Exame Nacional do Ensino Médio
FFCLRP	Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
FNDE	Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
GFK	<i>Growth from Knowledge</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INAF	Indicador de Analfabetismo Funcional
ISBN	<i>International Standard Book Number</i>
IVA	Imposto sobre Valor Agregado
MEC	Ministério da Educação
ONG	Organização Não Governamental
PISA	<i>Programme for International Student Assessment</i>
PNLD	Programa Nacional do Livro Didático
SNEL	Sindicato Nacional dos Editores de Livro
TRI	Teoria da Resposta ao Item
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
Unicamp	Universidade Estadual de Campinas

SUMÁRIO

	CONSIDERAÇÕES INICIAIS	13
1	A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NA LITERATURA	27
1.1	UM NOVO CONTEXTO CULTURAL NO SÉCULO XXI.....	33
1.2	O SÉCULO XXI E A LITERATURA.....	36
1.3	NARRATIVAS TRANSMÍDIAS: EXEMPLO DA LITERATURA NO SÉCULO XXI.....	41
1.4	O NOVO ESPAÇO PARA A CRÍTICA LITERÁRIA NO SÉCULO XXI.....	48
2	A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NA LEITURA	57
2.1	A LEITURA E DA FORMAÇÃO DO LEITOR.....	64
2.2	A LEITURA LITERÁRIA NA ESCOLA.....	71
2.3	OS RECURSOS MULTIMODAIS APLICÁVEIS NA LEITURA LITERÁRIA NA ESCOLA.....	75
3	A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NO MERCADO EDITORIAL	84
3.1	CONSUMIDORES ELETRÔNICOS (E-CONSUMIDORES).....	92
3.2	SMARTPHONES, TABLETS E E-READERS.....	95
3.3	FÃ, PROSSUMER E COCRIADOR.....	99
3.3.1	Fã	99
3.3.2	Prosumer	100
3.3.3	Cocriador	102
4	A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NA FORMAÇÃO DO LEITOR LITERÁRIO	104
4.1	MERCADO EDITORIAL.....	105
4.1.1	Global eBook	105
4.1.2	Censo do Livro Digital	116
4.2	LEITOR LITERÁRIO.....	122
4.2.1	Gfk	122
4.2.2	Retratos da Leitura no Brasil – 4ª Edição	125
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	140
	REFERÊNCIAS	147

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O século XXI é acompanhado por uma revolução tecnológica que transforma o panorama social, comercial e cultural no mundo inteiro, não são poucos os exemplos que indicam uma nova forma de se relacionar, realizar tarefas cotidianas e novas profissões. Isso se aplica também ao mercado cultural, a sua forma de produzir, vender e interagir com esse novo e também o “velho” consumidor.

As formas tradicionais de comunicação do século passado não correspondem a totalidade das práticas atuais, não era comum alguém em 1980 usando um celular, mandando um e-mail, publicando fotos no Facebook, Instagram, Twitter ou ainda comprando os mais diversos itens pela internet. Nesse novo universo de convivência e práticas sociais, estão inclusos as novas formas de se relacionar com a cultura, literatura e bens de consumo.

Esse panorama é ratificado quando se entende que a tecnologia permite visitar os maiores museus do mundo sem sair de casa, comprar o livro físico ou virtual (*e-book*) pelo *smartphone*, contactar artistas de forma direta pelas redes sociais, discutir livros, autores e opiniões em clubes virtuais destinados somente a isso, criar suas próprias histórias narrativas ou poemas líricos e publicá-los em ambientes virtuais e é difícil imaginar que as pessoas da primeira metade do século XX vislumbrassem esse cenário.

Cenário este que permite determinada pessoa ficar famosa, ter um canal de vídeos e/ou uma rede social com milhares de seguidores, ganhar dinheiro com essas práticas, muitos conseguem se manter financeiramente com atividades constantes neste universo tecnológico e virtual. Isso sinaliza que o mercado, as profissões, as atividades sociais mudaram, especialmente o mercado cultural mudou e isso impacta na produção, divulgação e comercialização de arte.

Em uma entrevista à rádio da Universidade de São Paulo e transcrita no Jornal da mesma instituição, a professora Lucília de Sousa, da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto (FFCLRP – USP), discute a interferência que a internet tem na vida cotidiana da sociedade contemporânea:

A lógica da internet, que é a lógica dos elos, dos links, dos nós, modificou nossa forma de organizar o estudo, o lazer, a vida, a militância política. Então podemos sim dizer que a sociedade está planetariamente conectada (CARDOSO, 2017, p. 1).

No Brasil não é diferente, o mercado cultural acompanha essas novas práticas e esse novo modo de consumir vem se consolidando diariamente. As formas de vender arte (literatura, pintura, artesanato, música, teatro e etc.) neste século se desenvolvem amplamente em diversas plataformas e conceitos, discutindo a venda, o marketing e a distribuição. Não só isso, pois grandes eventos, feiras, bienais de arte que valorizam a cultura, a leitura e os artistas, se multiplicaram ano após ano no país. Isso é um bom indício de uma legitimação do ato da leitura, da cultura escrita, da escola e de um mercado que conquista novos espaços e novos leitores.

Essa transformação tecnológica junto às mudanças que o mercado cultural promove tem repercutido na valorização do livro em suas diversas plataformas, pois o leitor tem um acesso maior e mais rápido a uma gama grande de títulos e as editoras têm mais espaço para produzir novos autores, obras em novos programas/*softwares* de interação:

O livro é um produto intelectual, que se concretiza num certo suporte de material e envolve não só o autor e o leitor, mas diferentes pessoas que se incumbem de (re)organizar um conjunto de impressão, distribuição e circulação dessa mercadoria. Uma mercadoria que, como tal, é objeto de produção e consumo. No encontro entre o livro editado e o leitor se produz um universo de crença no valor do seu produto (leitura é um bem necessário), construído e determinado pelo mercado. A leitura vive de uma propaganda dela própria que é de interesse dos agentes econômicos envolvidos na produção de objetos de leitura e que investem em (novos e mais) consumidores (FERREIRA, 2001, p. 11).

A perspectiva de que a leitura vive de sua própria propaganda, feita pelos leitores, apontada pelo autor, é ratificada nesse contexto tecnológico no qual a interação entre as pessoas e as obras faz com que as opiniões se multipliquem e tenham um intenso e constante diálogo.

Essa interação constante promovida de diversas formas no ambiente virtual é intangível se for levado em conta os ambientes “não autorizados” que existem na internet, ambientes que disponibilizam gratuitamente livros teóricos e literários sem o controle do mercado oficial e legal, denominado de pirataria digital.

Ao tratar de pirataria digital, segundo a Lei nº. 9.609/98, no capítulo II, no segundo artigo, “o regime de proteção à propriedade intelectual de programa é o

conferido às obras literárias pela legislação de direitos autorais e conexos vigentes no país” (BRASIL, 1998) isso é corroborado no terceiro capítulo da lei ao esclarecer que a produção de um software requer conhecimento técnico e que o usuário compra uma licença para usá-lo, isto é, uma permissão pessoal ou corporativa para explorar os seus recursos, porém não possui o direito de exploração econômica desse software, ou seja, o usuário não pode copiar, revender ou alugar sem autorização prévia do autor do programa.

Esse entendimento é confirmado por diversas instituições do universo digital, por identificarem nessa prática um delito, uma contravenção. A Associação Brasileira das Empresas de *Software* (ABES), que representa aproximadamente 2 mil empresas, entende que a pirataria é prejudicial ao universo de tecnologia, social, econômico com um todo:

A cópia ilegal não gera remuneração para que os autores invistam na própria melhoria dos programas. Toda a sociedade paga caro. A oferta de empregos diminui, o Estado deixa de arrecadar, o País fica com sua imagem comprometida no exterior. Além disso, as empresas estrangeiras, bem como as nacionais, não se sentem seguras para investir em tecnologia e no desenvolvimento de novos produtos. Resultado: atraso tecnológico, muitas vezes irreversível (ABES, 2019, p. 1).

No entanto, essa visão de uso indevido, de contravenção não é aceita por todos os interessados no assunto, pois há diversas particularidades que podem ser questionadas. No caso desta tese, o foco da discussão são *softwares*, aparelhos e arquivos que permitem o *download* e compartilhamento de livros digitais, digitalizados ou formatos semelhantes, não a delimitação do que é contravenção ou uma prática lícita.

Um dos argumentos utilizado na defesa do compartilhamento de arquivos digitais (*ebooks*) é a comparação com a prática do livro físico, pois a compra do livro físico não dá ao leitor a possibilidade de mudar a história, alterar a narrativa, os versos ou a trama da história, porém permite que ele compartilhe, empreste o seu livro para amigos, conhecidos e até fiquem em bibliotecas que contribuem para essa divulgação. Nessa perspectiva o site Simplíssimo, que oferece opções de publicações de *e-books* e tem suas postagens de notícias e fóruns, questiona:

E, dessa forma, ver até onde podem ir as proteções impostas pelas produtoras de conteúdo, que acabam prejudicando mais o cliente, que o pirateador. Deveria ser ilegal o usuário guardar uma cópia de backup de seus produtos comprados? Deveria ser ilegal o usuário, que pagou pelo conteúdo, emprestar um livro digital a sua mãe? É ilegal o direito de ler um livro no aparelho que se bem entender? (SIMPLÍSSIMO, 2012, p. 1).

Esse entendimento é baseado na lógica do livro impresso, mas ganha proporções gigantescas no universo digital e na internet com as possibilidades de compra, *download* gratuito e compartilhamento. O mesmo site traz dois exemplos de outros dois sites, ePubr e IOs Books, que prestam esse serviço, adquirem os livros de forma tida como legal e depois disponibilizam de forma gratuita os mesmos arquivos, por isso são classificados como piratas digitais.

Por questões pessoais e legais os administradores preferem não se identificarem, o mantenedor do site ePubr, autodenominado “Exilado”, diz que o site surge da

necessidade que existe hoje, onde uma parcela do público deseja uma coisa e editoras e varejistas estão oferecendo outra. Nosso objetivo é oferecer material inédito ou há muito esgotado com QUALIDADE e de forma GRATUITA. Qualidade essa em falta em muito material disponível para compra hoje (SIMPLÍSSIMO, 2012, p. 1).

Os administradores desses sites não entendem que praticam atos ilegais, mas sim uma ação de utilidade pública, pois todo material que disponibilizam são gratuitos, as matrizes são compradas de forma legal e os sites não recebem dinheiro pela obra baixada, mas sobrevivem de doadores anônimos, por isso se intitulam facilitadores do acesso ao conteúdo.

Essas práticas possibilitam um acesso ainda maior do público à obra e à leitura, sendo só restrito pela necessidade da aquisição de um bem tecnológico (celular, computador, *tablet*, *e-reader*) e acesso a uma rede de internet; bens de consumo que vem sendo ampliados e barateados a cada ano.

Importante ressaltar que o objetivo desta tese não é entrar em questões jurídicas sobre a legalidade ou não dos sites ou de suas ações, do acesso às obras de forma pirata, mas sim destacar uma prática comum e imensurável no universo digital e que possibilita a disseminação do livro aos leitores.

Por ser uma prática que não entra na contagem do mercado editorial oficial, pelo número de *downloads* não corresponder aos números de leitores já que é impossível contar a quantidade de compartilhamentos que cada usuário faz da obra, fica evidente um universo editorial paralelo, real e incontável.

Cada site pirata que disponibiliza uma quantidade imensa de títulos para serem lidos on-line, baixados em diversos formatos já indica um universo intrigante para esta tese, soma-se a isso cada usuário que baixa um livro (arquivo) e logo em seguida compartilha com dois, três, dez amigos, realmente essa prática proporciona uma atividade possivelmente tão robusta como o mercado editorial oficial.

Todo esse panorama é fruto das novas tecnologias presentes no século XXI, pois elas vêm alterando o modelo clássico de produção e consumo de literatura que perduraram quase inalterados até a primeira metade do século XX. Isso ocorre consideravelmente em decorrência da nova realidade interativa promovida pela tecnologia e, principalmente, o acesso cada vez mais fácil e barato a elas. Segundo Prudencio (2018, p. 1), em matéria ao Correio Braziliense, “a sociedade fez com que ela [tecnologia] se encontrasse presente no sistema financeiro, assim como na economia, cultura, entretenimento, indústrias de telecomunicação e no dia-a-dia das pessoas”.

O “novo mundo” digital não pode ser mais desconsiderado no mercado editorial, grandes e pequenas editoras brasileiras e mundiais adentraram com investimentos significativos nesse universo. Um exemplo disso é a Companhia da Letras que tem em seu catálogo mais de 600 títulos de *e-books*, com literatura brasileira e estrangeira, um número ainda pequeno, mas que vem sendo alargado ano após ano.

A discussão sobre novos aspectos literários, incluindo novos horizontes de leitores, novas possibilidades literárias e um mercado editorial que indica novas formas de produção e comercialização é fundamental para o entendimento e a formação de novos leitores, mediadores e produtores culturais.

Toda essa transformação se confirma no cenário científico, pois ao pesquisar nos períodos publicados entre os anos de 2001 a 2019, agosto deste ano, pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), o tema “A literatura no século XXI”, aparecem 1.947 trabalhos publicados, alguns deles apontando na mesma direção desta tese, outros propondo discussões diferentes e

alguns de áreas não correspondentes exclusivamente à literatura. Porém, cinco deles em consonância com a esta tese, como:

1. **A literatura juvenil brasileira no início do século XXI: autores, obras e tendências**, de Gabriela Luft, artigo publicado na revista Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea em 2011, analisando as obras premiadas na primeira década do século XXI pela Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil e pela Câmara Brasileira do Livro, demonstrando características presentes nessas narrativas contemporâneas.
2. **Leyla Perrone-Moisés: Mutações da Literatura no século XXI**, de Igor Ximenes Graciana, artigo publicado na revista Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea em 2017, discutindo questões polêmicas e intrigantes de uma panorâmica da literatura produzida na contemporaneidade, baseado na obra de Leyla Perrone-Moisés, “Mutações da Literatura no século XXI”.
3. **A inserção de recursos digitais e da internet nas práticas sociais e educacionais: impactos do ensino da literatura no século XXI**, de Denise Bértoli Braga e Ana Flora Schindwein, artigo publicado na revista Remate de Males em 2015, fruto de discussões presentes no I Colóquio Nacional de Literatura e Ensino em Debate (Unicamp – Universidade Estadual de Campinas, 2012), o artigo problematiza como as novas formas hipertextuais e multimodais influenciam na formação dos novos leitores.
4. **A literatura do século XXI: localismo versus alexandrismo**, de Betina Ribeiro Rodrigues da Cunha e Rauer Ribeiro Rodrigues, artigo publicado na revista Letras & Letas em 2015, discutindo os parâmetros da produção ficcional e poética contemporânea e como isso é confrontado com o cânone.
5. **Intertextualidade, metaficção e autoficção: Fronteiras da narrativa da ficção na literatura do início do século XXI**, de Marcelo de Araujo, artigo publicado na revista Viso em 2016, analisando como obras literárias contemporâneas (produzida entre 2005 a 2015) tem abordado a intertextualidade, a metaficção e a autoficção às últimas consequências.

Outro tema pesquisado no portal de periódicos da CAPES, “Mercado editorial no século XXI”, adotando o mesmo período (2001 a agosto de 2019), apareceu 633 trabalhos publicados, sendo que alguns destes são proposições de outra esfera que não ao mercado cultural, porém podem-se destacar três que discutem temas em consonância com esta tese, são:

- 1. Reconfiguração do mercado editorial brasileiro de livros didáticos no início do século XXI: histórias das principais editoras e suas práticas comerciais**, de Célia Cristina de Figueiredo Cassiano, artigo publicado na revista *Em Questão* em 2005, estudando a relação entre a produção de editoras privadas para as escolas públicas e como isso influencia na construção de um currículo em ação nas escolas.
- 2. A conformação do mercado editorial brasileiro a partir das últimas décadas do século XX e anos iniciais do século XXI: o caso do Grupo Abril**, de Iara Augusta da Silva, artigo publicado na revista *HISTEDBR Online* em 2015, discutiu a formação do mercado editorial nacional e a posição de destaque do Grupo Abril no cenário nacional.
- 3. Editorial: Ensino e prática da tradução: o papel das novas tecnologias**, de Carolina Barcellos, artigo publicado na revista *Texto Livre: Linguagem e Tecnologia* em 2018, analisando a quantidade de *softwares* que auxiliam na tradução de textos e como isso poderia estar direcionado à prática ou ao ensino de tradução.

Esse cenário de publicações demonstra a importância da temática proposta para ser investigada nesta tese e a relevância do tema na perspectiva de pesquisas acadêmicas, visto que há uma gama de trabalhos já publicados, mas também espaço para novas pesquisas que apontem para novos segmentos que ainda merecem atenção dentro do ambiente de pesquisas acadêmicas. No caso desta tese, verificar como as novas tecnologias transformaram o contexto cultural (mercado editorial, produção literária) e os impactos que isso gera na formação do leitor literário contemporâneo.

O cenário de ampliação de publicações acadêmicas e do mercado editorial demonstra que o livro tradicional ou na versão digital é uma realidade que não pode ser ignorada e se constitui ainda um amplo campo de pesquisas e investimentos.

Isso instiga e possibilita delinear um perfil do leitor que lê, consome e compartilha suas opiniões nesse contexto:

Essa situação relaciona-se aos fatores sociais: a consolidação da classe média, em decorrência do avanço da industrialização e da modernização econômica e administrativa do país, o aumento da escolarização dos grupos urbanos e a nova posição da literatura e da arte após a revolução modernista. Há maior número de consumidores, acelerando a oferta; e há a resposta das novas editoras, motivando a revelação de novos nomes e títulos para esse público desinteressado (LAJÓLO; ZILBERMAN, 1998, p. 47).

Apesar das autoras referirem-se a um momento de transição entre os séculos XX e XXI, nota-se que essa “modernização” citada ainda ocorre e consolida um grupo social grande que consome arte, literatura, cinema, teatro, música e etc. Naturalmente as editoras, no caso literário, vão aperfeiçoando suas estratégias para conquistar, manter e renovar o seu público consumidor/leitor, promovendo novos processos de produção e consumo.

Esse processo de produção, editoração, venda e consumo de livros com o advento da internet, dos *e-books* dos *e-readers* e a solidificação de uma geração nativa digital, a geração dos jovens nascidos já no século XXI, isto é, a partir do ano de 2001 que hoje completam ou vão completar 18 anos, vêm transformando a o sistema cultural e literário em novas opções apresentadas pela tecnologia vigente. Entende-se que as relações de interação e produção literária estão em transformação, possibilitando novas formas de acessar, ler e interagir com o livro e suas possíveis plataformas.

Ao observar os leitores do século XXI, é possível enquadrá-los em três grandes grupos: um deles é formado por os leitores tradicionais que não mudam seus hábitos e gosto pelo suporte e pela forma de adquiri-lo, preferem o livro físico, as livrarias e o sebos; outro por leitores que se interessaram pelas mudanças de suporte e interação e leem no computador, *smartphone* e fazem compras on-line, mas também continuam consumindo da forma tradicional (livros impressos, compras em livrarias físicas e etc.); e leitores formados pelas gerações nascidas já no século XXI que interagem facilmente pelas plataformas virtuais e com as novas tecnologias e, em grande parte, não sentem a necessidade de consumir o livro físico. Por isso é realizável compreender que as práticas consolidadas no século XX não consigam retratar em absoluto as mesmas práticas de produção, leitura e consumo nas quase

duas décadas do século XXI. No mínimo entende-se que houve mudanças que resultaram da relação entre leitor e objeto literário, exigindo outras formas de mediação de leitura, pois as práticas de consumo e leitura tradicionais nem sempre atuam hoje com a mesma eficiência que ocorria no passado.

Discutir sobre esses aspectos possibilita levantar o questionamento fundamental para esta tese: todas essas transformações abordadas influenciam em que medida na prática de leitura literária, no mercado editorial, na produção de literatura e no perfil dos leitores literários presentes no século XXI?

Pergunta essa que não terá uma resposta única e absoluta nesta tese, todavia muitos dos fatos supracitados indicam mudanças sociais e culturais que conduzem a presente investigação. Desta forma é proveitoso notar que esse novo contexto midiático revela novas relações de consumo, interpessoal e literária que devem ser analisadas na investigação sobre esse leitor literário do século XXI.

Um ponto importante é o entendimento que existe uma nova dinâmica social promovida pelas novas tecnologias, isso afeta a produção literária e a leitura, porém o quanto as novas mídias e as novas tecnologias influenciam as práticas de leitura dos antigos e novos leitores ainda não está clara, por isso esta tese envereda sua investigação nessa direção, entendendo a importância deste assunto para mediadores de leitura, docentes, acadêmicos e pesquisadores.

A realidade do mercado editorial neste século, as novas mídias e as novas gerações apontam para novas relações entre editoras, autores, livros e leitores, o que não anula as formas tradicionais de produção, comercialização e leitura cristalizadas nos séculos XIX e XX. No entanto, essas formas tradicionais estão sendo ressignificadas com o modo de comunicação que a internet e suas ferramentas proporcionam, transformando frequentemente o papel das editoras, escritores, mercado e a interação com o leitor.

Esse novo horizonte expõe transformações no modo de fazer, na interlocução e recepção de textos. Um exemplo disso é o hipertexto, uma escrita não linear e não sequencial que permite ao leitor escolher a forma de como ler o texto, por meio de links, imagens, vídeos, desordenando a forma da leitura tradicional; outro exemplo é o Twitter, um micro blog de 280 caracteres que foi criado para conectar pessoas, porém inicialmente ela permitia o uso máximo de 140 caracteres e em setembro de 2017 iniciou os testes com alguns grupos, em alguns países, com o dobro do

número inicial de letras, números, pontuações símbolos e espaços, e em novembro do mesmo ano apresentou a mudança para todos os usuários.

O interessante é que essa rede social, desde sua criação, tem sido utilizada também com uma intenção literária, a *twitteratura* já faz parte de prêmios literários no cenário nacional e internacional, ou seja, são textos produzidos nessa rede social com o propósito artístico. Isso se concretiza com a constatação da reportagem “*Twitteratura* seduz autores como alternativa para publicar histórias”, do portal de notícias G1 ao explicar o interesse do universo acadêmico, dos escritores e leitores por essas produções:

Em 2010, este ex-professor de literatura de Quebec fundou com Jean-Michel Le Blanc (@centquarante), de Bordeaux, no sul da França, o Instituto de *Twitteratura* Comparada (ITC) Bordeaux-Quebec, destinado a promover o gênero. O instituto organizou, no final de março, o segundo Festival Internacional de *Twitteratura*, que teve sua primeira edição realizada em Quebec, em 2012. Galinha assassina protagoniza o 1º romance no Twitter (G1, 2013, p. 1).

São novas ferramentas que permitem percorrer caminhos multimodais de escrita e leitura diferentes, podendo associar muito mais palavras, imagens, vídeos, animações e etc.. Essa nova realidade proporciona aos leitores novos modelos de se relacionar com a literatura, com os escritores, os críticos e uma nova forma de consumi-la também.

Isso não quer dizer que com esses textos surja outro gênero literário ou que essa produção não possa ser chamada de literatura. Essas transformações demonstram que a produção da arte literária não é estanque e inalterável, mas está em constante experimentação estética e técnica, o que ocorre é que muitas vezes a teorização desses fenômenos não acompanha a rapidez dessas produções artísticas.

O objetivo desta tese não é adentrar na confirmação ou negação de novos gêneros literários com base em uma literatura heterogênea, por isso é importante ressaltar que a teoria literária e as pesquisas acadêmicas atuais ainda não indicam essas práticas como um novo gênero literário, mas sim como um hibridismo dos gêneros literários tradicionais, ou seja, uma fusão conceitos estéticos e práticas que utilizam as plataformas tecnológicas.

Produções essas que têm como intenção a ruptura com as formas tradicionais da literatura. Essas inovações são relevantes na literatura atual, no entanto verifica-se que essas novas formas híbridas ainda trabalham alicerçadas no tripé: palavra/texto, imagem, sons. Naturalmente estão envoltas em modernidades, aplicativos, vídeos, mistura plataformas digitais que induzem novas formas de leitura e uso da literatura como arte, porém não romperam totalmente com os aspectos bases da literatura tradicional.

São questionamentos e reflexões que surgem diante dessas mudanças e problematizam muitos dos espaços consolidados da teoria literária, das editoras, autores, escola, leitores e do mercado editorial. Esse contexto é fruto da internet e suas ferramentas, por isso volta-se à questão inicial e fundamental para esta tese que é a influência que a tecnologia exerce no cenário cultural nacional e na formação do leitor literário contemporâneo.

Uma indicação afirmativa vem se consolidando a cada ano que passa, a cada evolução tecnológica, a cada aplicativo que produz novas maneiras de interação e permite a produção literária/artística por meio dele, indicando que a internet surge como um espaço de democratização, fazendo a literatura sair de um centro tradicional (grandes editoras, bibliotecas, livrarias e escritores consagrados) e consolidado para atingir diversas extensões (internet, leitura em *gadgets*, hibridismo de plataformas) de modo que novos e antigos escritores, novos e antigos leitores podem ter mais e diferentes acessos à literatura.

Outro fator importante é a capacidade de apresentar escritores e textos que estavam à margem do mercado tradicional e que por causa da internet e suas ferramentas tiveram espaço (internet), veículo (aplicativos) e encontraram o seu público para exporem suas produções literárias.

A partir disso, entende-se que o mercado, a produção, a venda e o ato de leitura estão mudando consoante as práticas sociais mudam por meio da tecnologia, uma vez que a prática de leitura, produção e consumo foram alteradas também diante dessa nova, nem tão nova assim, realidade social.

O que se pode entender é que o livro enquanto suporte de leitura literária faz parte de uma prática cultural que segundo Eco e Carrière (2010, p. 16) não muda, pois

as variações em torno do objeto livro não modificaram sua função, nem sua sintaxe, em mais de 500 anos. O livro é como a colher, o martelo, a roda ou a tesoura. Uma vez inventados, não podem ser aprimorados. O livro venceu seus desafios e não vemos como, para o mesmo uso, poderíamos fazer algo melhor que o próprio livro. Talvez ele evolua em seus componentes, talvez as páginas não sejam mais de papel. Mas ele permanecerá o que é.

É importante que essa ideia de “permanecerá o que é” exposta pelo autor, não se refere à parte física do livro, mas sim a sua natureza, que é a fantasia, o jogo narrativo, a engenhosidade do verso, os jogos rítmicos, a linguagem se reinventando e etc.. Assim independente do suporte o leitor sempre encontrará essa essência nos gêneros literários tradicionais ou híbridos, nos livros físicos ou *e-readers*, na compra em uma livraria física ou virtual, na leitura de sonetos ou na *twitteratura*.

Entretanto não podemos afirmar que a forma de consumo, de produção e a de leitura não tenham sofrido alterações diante da revolução tecnológica ocorrida nas duas últimas décadas. Essas mudanças permeiam outras realidades sociais concretas e/ou virtuais mais amplas que o campo literário, por isso muitas questões não apresenta uma resposta taxativa e única, pois esse é um universo em constante transformação.

Diante desse panorama de metamorfoses, a presente tese tem como objetivo investigar o perfil do leitor e seus hábitos de leitura estabelecidos no contexto do século XXI, nos diferentes suportes apresentados pela tecnologia atual (*e-readers*, *notebook*, *smartphone*, computador), apoiando-se na questão central que enxerga na internet e suas ferramentas uma transformação social, cultural e econômica, influenciando os leitores literários neste século.

Para realizar esta tese a metodologia utilizada é de caráter bibliográfico, pois é objetivado levantar as referências teóricas que dão suporte ao desenvolvimento da tese no tocante a influência que a tecnologia exerce na produção de literatura, no mercado editorial e na formação do leitor literário.

Segundo Gil (2007), esse tipo de pesquisa pode ser classificado como leitura de referência ou corrente, aquela que visa à obtenção das informações teóricas básicas para a pesquisa e que dá suporte à análise do material analisado.

Partindo da leitura teórica, foi feito em um segundo momento um estudo de caso, ou seja, foram investigados os dados de quatro relatórios nacionais e internacionais: o documento Retratos da leitura no Brasil 4, organizado pelo Instituto

Pró-livro; o Frequency of reading Books (2017), organizado pela empresa de consultoria Gfk; Produção e vendas do setor editorial do Brasil, organizado pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL); e o livro Global eBook: a report on Market trends and developments, organizado pelo consultor austríaco Rüdiger Wischenbart, a fim de traçar um perfil dos leitores literários e da reação do mercado editorial no século XXI. Segundo Gil (2007, p. 72) essa proposta “é caracterizada pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos”, possibilitando a análise e a compreensão do processo leitura, suportes, produção e comercialização da literatura.

Tomando como base o conceito de Candido (1972) da literatura como “função humanizadora” e de caráter emancipatório, o estudo de caso permite a análise de um

{...} conjunto de dados que descrevem uma fase ou a totalidade do processo social de uma unidade, em suas várias relações internas e nas suas fixações culturais, quer seja essa unidade uma pessoa, uma família, um profissional, uma instituição social, uma comunidade ou uma nação (YOUNG, 1960, p. 269).

Com esse levantamento teórico e os dados dos relatórios, foram analisados o perfil dos leitores e a relação estabelecida entre eles e o mercado editorial, as novas produções que marcam o século XXI e seus hábitos de leitura, delineando assim características que marcam essa nova realidade literária na contemporaneidade.

Entende-se, na perspectiva de Candido (2000, p. 23), que a formação de um “Sistema Literário” permite “reconhecer notas dominantes numa fase”, isto é, observar “denominadores comuns” de uma fase, de um período que extrapolam as características internas (língua, temas e imagens) das obras produzidas. Os fatores externos citados pelo autor para validar esse “Sistema Literário” e não demonstrar que não são apenas “Manifestações Literárias” são “elementos de natureza social e psíquica” e que se manifestam “historicamente e fazem da literatura aspecto orgânico da civilização” (CANDIDO, 2000, p. 23), constituindo-se com: 1) conjunto de produtores, ou escritores; 2) um conjunto de receptores, os leitores; 3) um mecanismo de transmissão, uma linguagem, estilo:

O conjunto dos três elementos [supracitados] dá lugar a um tipo de comunicação inter-humana, a literatura, que aparece, sob este

ângulo, como sistema simbólico, por meio do qual as veleidades mais profundas do indivíduo se transformam em elementos de contato entre os homens, e de interpretação das diferentes esferas da realidade (CANDIDO, 2000, p. 23).

Nessa concepção a manifestação da literatura tem um caráter social inegável que está intrinsecamente ligado à prática cotidiana, aos hábitos sociais, a cultura local. Por esse motivo é relevante entender as influências que a internet e suas ferramentas promoveram na produção literária, no mercado editorial e na formação do leitor no século XXI, visto que é uma realidade tangível e irreversível: “ora, todo o processo de comunicação pressupõe um comunicante, no caso o artista; um comunicado, ou seja, a obra, um comunicando, que é o público a que se dirige; graças a isso se define o quarto elemento do processo, isto é, seu efeito” (CANDIDO, 1965, p. 20).

Dessa forma esta tese defende que as transformações promovidas pela tecnologia impactam na formação do leitor contemporâneo, contribuindo assim para novas práticas de leitura, produção e comercialização da obra literária, isto é, um novo panorama cultural em pleno desenvolvimento e transformação.

Para fundamentar essa defesa a tese está organizada da seguinte forma: considerações iniciais, uma visão ampla sobre as transformações acarretadas pela tecnologia, e quatro capítulos que demonstram a interferência que a internet e suas plataformas promoveram na literatura, no mercado e na formação do leitor.

Sendo o primeiro, “A influência da tecnologia na literatura”, trata de uma revisão teórica sobre a interferência da tecnologia na produção literária do século XXI; o segundo “A influência da tecnologia na Leitura”, abordando a importância da leitura para a formação do cidadão e do leitor crítico no século XXI; o terceiro, “A influência da tecnologia no mercado editorial”, apresentando as maneiras que o mercado editorial encontrou para atingir os novos leitores e formas de comercializar suas obras; e quarta, “A influência da tecnologia na formação do Leitor Literário”, trazendo considerações relevantes para apresentar aspectos do leitor literário do século XXI.

A tese segue, após a discussão dos relatórios do *corpus* desta investigação acadêmica, com as “Considerações finais”, apontando as principais assertivas discutidas ao longo da investigação realizada.

1 A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NA LITERATURA

O fim do século XX apontou para uma nova realidade tecnológica que se concretizou e expandiu exponencialmente no século XXI, o que parecia ser uma promessa longínqua e de belas histórias de ficção científica (conexões globais, interação em tempo real, simulações 3D, aparelhos interligados por programas ou *softwares*, novas plataformas e etc.), se torna uma experiência que molda uma nova geração e que insere abruptamente gerações anteriores nessa nova realidade.

Pode-se observar isso nas ruas, praças, lugares públicos e privados em que o uso da tecnologia por jovens, adultos e idosos é uma prática comum e que molda novos comportamentos sociais, pois não são só as crianças, adolescentes e jovens que usam seus *smartphones*, *tablets*, *smartwatches* e etc., mas sim uma quantidade imensa de adultos e idosos que adotaram essas e outras tecnologias para o seu dia a dia.

Esse novo panorama formata as relações culturais, sociais, econômicas e literárias, pois há uma nova compreensão sobre os acessos a cultura e livros, novos suportes de leitura e escritores e textos em mídias totalmente novas, que provavelmente há 20 anos passaram, se passaram, somente pela imaginação de poucas mentes.

Nessa perspectiva surge a necessidade de entender qual é a chave que essa nova geração usa para abrir a(s) porta(s) de acesso a esse universo cultural, da literatura, nova ou velha, canônica ou popular, autorizada ou não: “Chega mais perto e contempla as palavras./ Cada uma/ tem mil faces faces secretas sob a face neutra/ e te pergunta, sem interesse pela resposta,/ pobre ou terrível, que lhe deres:/ Trouxeste a chave?” (DRUMMOND DE ANDRADE, 1983, p. 39).

A(s) chave(s) que os mais diversos leitores estão usando para acessar a literatura nesse momento não corresponde(m) a mesma dada pelas escolas e universidades em uma formação tradicional e ortodoxa que guiou a arte literária por alguns séculos. Isso levanta uma discussão importante que será abordada mais à frente, pois se entende que as escolas e as universidades, em sua maioria, estão formando as novas gerações para uma prática cultural que ainda reverbera a realidade do século XX. Isso gera um antagonismo significativo de um mundo e uma geração digitais, porém tratados como se o mundo ainda fosse exclusivamente analógico. Essa discussão será aprofundada nesta tese na unicidade “Importância da leitura literária na escola”.

Outra situação interessante é que as gerações que não são nativas digitais, todavia que ingressaram no universo tecnológico pelos mais diversos motivos (necessidade mercadológica, curiosidade, atualização e etc.), também passaram por um processo que recondicionou e recondiciona o uso das novas ferramentas tecnológicas a novas práticas de leitura e escrita que não correspondem às tradicionais. Segundo Lévy (1997, p. 43), “se considerarmos o computador como uma ferramenta para produzir textos clássicos, ele será apenas um instrumento mais prático que a associação de uma máquina de escrever mecânica, uma fotocopiadora, uma tesoura e um tubo de cola”.

Visão corroborada por Papert em sua obra “A máquina das crianças: repensando a escola na era da informática”, na qual enfatiza a situação em que a tecnologia foi posta na escola, uma inoperância, pois “[...] a escola não se deixou mudar sob a influência do novo aparelho, ela viu o computador pela lente mental das suas próprias formas de pensar e fazer”, (2008, p. 52).

O momento em que Lévy (1997) afirma isso, 1995 – data da publicação na França, ainda havia uma aculturação das novas tecnologias e novas práticas midiáticas, evidente que desse período até os dias atuais há o surgimento de uma nova geração que nasce diante de uma nova realidade que se transformou e continua transformando o seu redor por meio das inúmeras tecnologias que surgem, “se considerarmos o conjunto de todos os textos (de todas as imagens) que o leitor pode divulgar automaticamente interagindo com um computador a partir de uma matriz digital, penetramos num novo universo de criação e de leitura de signos” (LÉVY, 1997, p. 43-44).

Assim o autor continua afirmando a necessidade de uma reflexão sobre essas novas práticas, “considerar o computador apenas como um instrumento a mais para produzir textos, sons e imagens sobre um suporte fixo (papel, película, fita magnética) equivale a negar sua fecundidade propriamente cultural, ou seja, o aparecimento de novos gêneros ligados à interatividade” (LÉVY, 1997, p. 43-44).

Ao pensar no uso da tecnologia na educação, entendendo que os computadores, os *softwares* e *gadgets* deveriam ser instrumentos de transformação, estão voltados, segundo Papert (1980), para si mesmos, ou seja, um interesse puramente técnico, construindo a ideia do ensino da tecnologia e não o ensino com tecnologia. Tendo uma questão que não é mais levar a tecnologia às escolas, mas sim o emprego inovador dessa tecnologia nas escolas, processo ainda centralizado

no professor e não no desenvolvimento do aluno, tornando este responsável por seu desenvolvimento (PAPERT, 1980).

O estado padronizado da escola, planos de aulas, currículos, testes standardizados produz, segundo Papert (2008), uma séria de atos mecânicos, a redução do ensino-aprendizagem e transforma o professor em um mero técnico.

Essa situação pode ser transformada usando as inovações tecnológicas, possibilitando que o aluno/aprendiz construa um papel de edificação do seu conhecimento, de suas práticas e interação, promovendo uma subversão da educação tradicional, não formando um aluno técnico, mas sim questionador, investigador, pois

[...] a tecnologia pode apoiar uma megamudança na educação, tão ampla quanto a que vimos na medicina, porém em um processo diretamente oposto ao que conduziu às mudanças na medicina moderna. A medicina mudou, tornando-se cada vez mais técnica em sua natureza; na educação, a mudança virá pela utilização de meios técnicos para eliminar a natureza técnica da aprendizagem na Escola (PAPERT, 2008, p. 64).

Esse subaproveitamento das ferramentas tecnológicas com práticas tradicionais citadas por Lévy (1997) mostra como ainda entende-se parcialmente a importância e a potencialidade da tecnologia no universo artístico, laboral e pessoal. Talvez isso explique a resistência no uso mais adequado e eficaz da tecnologia, pois ainda há uma tentativa de recondicioná-las sempre a práticas tradicionais que as novas ferramentas podem cumprir muito bem, porém não exploram suas potencialidades reais.

No contexto educacional uma reflexão feita por Valente e Almeida (1997), muito próxima de Lévy (1997), enfatiza como a escola ainda subutiliza as ferramentas tecnológicas e as funções do professor e do aluno na conjuntura do fim do século XX:

O papel do professor deixa de ser o de “entregador” de informação para ser o de facilitador do processo de aprendizagem. O aluno deixa de ser passivo, de ser o receptáculo das informações, para ser ativo aprendiz, construtor do seu conhecimento. Portanto, a ênfase da educação deixa de ser a memorização da informação transmitida pelo professor e passa a ser a construção do conhecimento realizada pelo aluno de maneira significativa, sendo o professor o facilitador desse processo de construção (VALENTE; ALMEIDA, 1997, p. 8).

Diante dessas ponderações, é válido ressaltar que a produção artística de vanguarda que procurou utilizá-la foi entendida, não raras vezes, ora superficial ora pretensiosa, por não se adequar a procedimentos já consagrados, causando desconforto e questionamentos.

O encontro entre a literatura e as novas tecnologias não significa a extinção dos livros impressos e da difusão tradicional de cultura, mas sim o surgimento de novas práticas e modelos que caminham paralelos, entrecruzando e/ou distanciando em novas formas de leitura e consumo. É importante lembrar que a máquina fotográfica não acabou com a pintura, o cinema com a literatura, os *e-books* com os livros impressos, as novas mídias com a literatura clássica.

As novas tecnologias estão arraigadas nas práticas sociais atuais da mesma forma que o livro impresso continua sendo um símbolo de conhecimento, poder, status e reconhecimento para essa mesma sociedade. Dessa forma esses elementos se misturam em novos sistemas de leituras, mercado, distribuição que produzem a simbiose entre o antigo e o novo.

É impossível hoje conceber o mundo atual e o futuro sem tecnologia, isso também é facilmente validado na educação e na produção artística, pois há tecnologia permeando as atividades humanas.

Esse contexto não exclui a experiência e a singularização que leitor vive na utilização do livro impresso e do livro digital, ou seja, a vivência que o leitor cria com o livro impresso (cheiro, tato, anotações, lembrança de quando adquiriu ou ganhou e etc.) e também cria com o livro digital (suporte utilizado, anotações, capa personalizada e etc.) é particularizada de forma simbólica e sinestésica nas diversas formas de entrar em contato com a leitura literária:

A heterogeneidade da literatura não se observa, todavia, apenas no plano diacrônico: manifesta-se igualmente no plano sincrônico, em conexão com factores variáveis de natureza, sociocultural, ideológica e pragmática, de modo que se torna muito aleatório, senão impossível, definir toda a literatura produzida no mesmo período histórico mediante uma única categoria ou mediante um conjunto fixo de categorias configuradoras da hipotética essencialidade dessa produção literária (AGUIAR E SILVA, 2011, p. 31-32).

A partir disso evidencia-se o entendimento que não há uma só composição literária, pois os diversos fatores que a compõem manifestam-se em práticas que

estão sujeitas a alterações constantes, especialmente na contemporaneidade e suas diferentes transformações.

Todas essas mudanças sempre produzem diversas dúvidas: os textos feitos em novos suportes não são literatura, a literatura chegou ao fim com o advento da tecnologia, surge uma outra forma de manifestação artística, a inteligência artificial produzirá arte sem a necessidade da interferência humana?

Todas essas perguntas nem sempre levam a respostas únicas e definitivas, porém apontam um aspecto importante que esta tese sistematiza: a mudança promovida diante das novas tecnologias, apresentando a uma série de alterações que indicam novas formas de entender o mundo e suas relações artísticas, sociais e culturais.

São essas dúvidas e inquietações que indicam um momento de reflexão sobre aspectos significativos do universo artístico, pois não há uma única forma de fazer arte, uma vertente certa e outra errada. A literatura não é somente o que se encaixa exclusivamente nos três grandes gêneros: *Lírico*, *Épico* e *Dramático*, a produção literária rompeu com esses paradigmas no modernismo e já demonstrou propor estéticas que nem sempre são entendidas no momento em que são feitas.

A atual tese não tem como objetivo classificar ou dar valor qualitativo a literatura feita por meio de recursos tecnológicos, ou seja, fazer um cânone das melhores obras feitas nesse universo digital. O objetivo é evidenciar as transformações que a tecnologia exerce na produção literária, entendendo que esse já é um processo em construção.

Isso é verificado, segundo Pécora (2000, p. 23), em algumas tendências que a literatura no século XXI explora, como:

- Poesia animada por computador, multimidiática;
- Literatura generativa, apresenta uma leitura com infinitas variantes diante de um modelo;
- Hiperficção, uma narração com uma estrutura labiríntica onde o percurso de leitura não se esgota.

A literatura tem a possibilidade de explorar, diante desses novos recursos tecnológicos, espaços tridimensionais, interatividade constante, textos midiáticos que perfazem caminhos únicos para cada leitor e uma experiência sinestésica aflorada. Apesar dessas imensas possibilidades e de grandes investimentos em diversas áreas tecnológicas, verifica-se que a literatura da era digital, consoante

Pécora (2000), ainda está ligada ao campo visual e sonoro, não extrapolando constantemente esses recursos.

Porém as possibilidades abertas mediante esses novos recursos vão ao encontro de uma grande necessidade humana que é a fantasia, o lúdico, tanto para crianças como para adultos, possibilitando usar ainda mais espaços em que a literatura possa significar para o leitor. Segundo Candido (1972, p. 82-83), “necessidade universal de ficção e fantasia, que decerto é coextensiva ao homem, pois aparece invariavelmente em sua vida”, promovendo junto aos novos recursos novas formas de interação e brincadeiras.

Todas essas transformações podem promover opiniões dissonantes em relação à qualidade do que se produz no meio digital. Como se observa atualmente, há o surgimento quantitativo de autores e obras nos mais diversos meios de transmissão midiáticos e isso pode gerar um questionamento em relação à qualidade do que é produzido. Essa questão é um bom ponto de investigação, averiguar o que compõem essas obras e qual valor estético presente nelas, porém esta tese se deteve a analisar a leitura, a produção e a circulação que elas têm no século XXI.

Nesse sentido nota-se uma enorme democratização e expansão da cultura literária e do acesso do público leitor, mas isso não indica que tudo o que circula é de alto valor literário, pois essa democratização dos livros e da leitura não está ligada diretamente a qualidade do que é disponibilizado. O mercado cultural tradicional também não proporcionou somente obras únicas e inquestionáveis, também produziu ao longo dos séculos diversas obras questionáveis em relação ao seu valor literário:

Estas tecnologias democratizam o acesso a novos conteúdos e multiplicam as possibilidades de reprodução do texto, todavia, ao mesmo tempo, criam a ilusão de que qualquer um pode, de um momento para outro, produzir literatura. O que vemos é uma quantidade imensa de textos sem estilo, produzidos por autores sem caráter [...] (SENA, 2006, p. 23).

Evidencia-se na era tecnológica uma facilidade ampla em produzir, divulgar e conquistar um espaço com um grupo de leitores, uma facilidade impensável no mundo analógico de produção que tinha seus meios de filtrar e cercear novos autores e livros. Isso não quer dizer que não se publicou livros que foram

esquecidos ou rechaçados pelos cânones acadêmicos, mas sim que as possibilidades de produção, comercialização e interação mudaram.

Essa problemática de um cânone oficial, do que é literário e não literário, do que deve ser publicado ou lido na escola e fora da escola não é o foco da presente tese. A finalidade é apontar os sintomas que marcam o perfil do leitor que consome literatura na contemporaneidade, por isso é importante problematizar como essa nova prática repercute na sociedade atual e como interfere nos hábitos de leitura literária dos nativos digitais.

1.1 UM NOVO CONTEXTO CULTURAL NO SÉCULO XXI

A internet, aliada às diversas tecnologias e suportes existentes, promoveu um redimensionamento da produção e consumo de literatura. Se antes havia um controle e uma ordenação editorial para publicar um livro que passava por agentes literários, editores, pesquisa do público consumidor, custo, material, críticos literários e outros, no espaço virtual há uma liberdade quase ilimitada promovida por plataformas gratuitas ou pagas (blogs, sites pessoais ou direcionados por assuntos e etc.) que democratizaram essa produção, o acesso e a sua disseminação.

Segundo Karnal (2014), o Brasil, como o restante do mundo, tem diversas iniciativas mais ou menos elaboradas, mais novas ou mais “antigas” que promovem esses escritores e dão espaços para os “novos” escritores e leitores. A autora cita a revista pioneira “Germina – revista de literatura & arte”, no ar desde 2003, porém como revista desde 2005; o portal *Cronópios*, no ar desde 2004; e o site “Escritoras Suicidas”, no ar desde 2005. “Há no Brasil, hoje, uma produção intensa de poesia e poetas novos que surgiram muito em razão da internet”, afirma Karnal (2014, p. 399).

O grande medo do fim dos livros impressos, o da cultura tradicional repercutiu bastante alguns anos nos estudos acadêmicos e nas mídias especializadas, a possibilidade de não ter mais o livro impresso depois de tantos anos gerava um desconforto nas gerações que cresceram armazenando eles em imensas bibliotecas nacionais ou em suas casas, gerações que viveram suas experiências ficcionais no livro impresso por tantos anos. Porém a mesma autora demonstra que isso não é um fenômeno real, pois muitos autores que obtêm sucesso no universo digital migram para os livros impressos, demonstrando uma convergência entre o suporte impresso e o digital, fenômeno que marca este século.

Segundo Karnal (2014), autores que despertam a atenção da crítica ou têm um sucesso estrondoso nos meios digitais acabam divulgando suas obras por meio do livro impresso, alguns dos exemplos citados são: Ricardo Aleixo que já havia publicado na revista “Germina”, ficou em terceiro lugar na categoria poesia no Prêmio Jabuti no ano de 2011 com seu livro impresso “Modelos Vivos”; Adriana Lisboa, escritora do site “Escritoras Suicidas”, ganhou o prêmio José Saramago com o romance impresso “Sinfonia em Branco” no ano de 2003; o mesmo caso de Andrea Del Fuego que também venceu o prêmio José Saramago com o romance impresso “Os Malaquias” no ano de 2011.

Outro exemplo relevante é o de Pedro Antônio Gabriel Anhorn que no final de 2012 criou uma página no Facebook intitulada Eu me chamo Antônio e expunha lá pequenas frases poéticas de humor, alegria, amor e reflexões. Sua arte é feita em guardanapos que são fotografados e posteriormente publicados na rede social, algo que parece banal e corriqueiro juntou mais de 300 mil seguidores no primeiro ano e hoje já são mais de um milhão de seguidores.

O mais curioso desse exemplo é que o seu sucesso levou a uma publicação de um livro impresso, editora Intrínseca, dia 14 de novembro de 2013. Dentre as curiosidades desse livro a principal é o hibridismo conceitual das formas no processo de confecção, pois o autor escreve os textos em um guardanapo de forma manual, depois fotografa essa produção e publica de forma digital em uma mídia social que permite muita interação social, após o sucesso dessas publicações em espaço midiático, ela se torna uma publicação impressa no formato tradicional. Esse evento artístico mostra um cenário de mistura, convergência e transformações proporcionadas pela tecnologia; apesar de toda manufatura e tecnologia envolvida o autor guarda os guardanapos e fotografias feitas, isso foi revelado por ele em uma entrevista dada a revista Super Interessante: “Tenho uma maleta com eles, mas, como os mil não cabem lá, tenho uma gaveta também. Porém, todos estão fotografados”, disse Pedro Antônio (2018)¹.

Curiosamente outro site destinado a publicar frases de impacto de celebridades, artistas, pensadores consagrados, poetas, políticos entre outros, chamado Pensador², funcionando desde 2005, se propõe a compartilhar mais de 1 milhão de pensamentos e frases na internet. Dessa forma as frases do Eu me

¹ SUPER INTERESSANTE. **TdF Entrevista:** Pedro Antônio, autor de Eu me chamo Antônio. 4 jul. 2018. Disponível em: <https://super.abril.com.br/blog/turma-do-fundao/tdf-entrevista-8211-pedro-gabriel-autor-de-eu-me-chamo-antonio/>. Acesso em: 28 ago. 2019.

² Disponível em: www.pensador.com. Acesso em: 28 ago. 2019.

chamo Antônio também estão nesse site, só que sem nenhuma formatação especial, sem as imagens/desenhos tradicionais dos guardanapos, simplesmente o texto digitalizado, fugindo novamente do princípio original da página do Facebook, local onde surge.

Essa fusão entre texto escrito da forma tradicional e as novas mídias não é um evento exclusivo de autores novos e/ou midiáticos, mas sim de autores que nunca sonharam com a possibilidade da internet, das ferramentas de comunicação existentes hoje, como: Alan Moore, Aldous Huxley, Alexandre Dumas, Aluísio de Azevedo, Álvares de Azevedo, Anaís Nin, Ariano Suassuna, Arthur Conan Doyle e tantos outros. O site Poeme-se³ se propôs a fazer camisetas e acessórios com frases, caricaturas e abstrações de escritores, músicos e cartunistas consagrados pela história literária, público e fama, transformando um texto publicado originalmente da forma impressa em um texto comercial, surgindo em outros suportes, outras maneiras de se interpretarem aquela frase isolada, aquela arte.

Esse novo espaço de convergência entre escritores, mídias, formatos e tecnologia que surgem no mundo virtual e ganham espaço no mundo impresso, e vice-versa, demonstra a busca do mercado editorial em fundir esses universos em maiores possibilidades mercadológicas, como transformar os livros impressos em livros digitais, dos mais novos e dos já consagrados autores, promover os aparelhos que suportam a leitura de livros digitais, os *e-readers*, os aparelhos multifuncionais como *tablets*, *smartphones* mais poderosos. Abre-se assim um novo mercado que explora maiores possibilidades de produtos atrelados ao bem cultural e que podem ser vendidos/promovidos a um valor literário por desempenhar tal função.

Isso é facilmente identificado quando se abre a página de grandes portais de venda e produção artística como a Amazon, pois lá há opções de compra dos livros físicos, virtuais, suportes específicos para a leitura de livros virtuais, *tablets*, *smartphones* e planos de acesso a esses livros.

As grandes empresas comerciais/culturais perceberam o potencial que esse novo espaço virtual de produção, divulgação e venda possibilita e amplia o consumo e a interação dos autores, leitores e outros segmentos do mercado. Um dos pontos importantes é a facilidade de migração do texto digital para o impresso, para formas interativas (imagens, sons), para outras áreas como a publicidade.

Essa mistura foi denominada por Jenkins (2006) como *convergência* de diferentes culturas, pois possibilita uma nova atividade de leitura e interação social,

³ Disponível em: www.poemese.com. Acesso em: 28 ago. 2019.

promovendo clubes virtuais de leituras e leitores, blogs de discussão, programas televisivos de literatura, espaços para novos autores, um mercado de consumo de produtos ligados a escritores, livros e suportes de leitura, isto é, um novo conjunto de práticas e consumo de literatura. Por essa razão as narrativas transmidiáticas que exploram as novas possibilidades de mídias para contar uma história e interagir com os autores, leitores, telespectadores e consumidores de forma geral.

Toda essa tecnologia não permite somente digitalizar textos clássicos e deixá-los acessíveis, mas sim abre inúmeras possibilidades de produção textual que antes eram impossíveis, pois utilizam plataformas múltiplas que ampliam as oportunidades para os leitores e para os escritores, sendo assim um novo ambiente de interesse para o mercado editorial.

1.2 O SÉCULO XXI E A LITERATURA

O século XXI apresentou novas formas no modo de fazer literatura, na interlocução e recepção de textos e um exemplo disso é o hipertexto, pois mesmo a literatura impressa explorando diferentes recursos estilísticos – pé de página, utilização de escrita entre parênteses, legendas, asteriscos e etc. - não conseguiu se aproximar da desarticulação da leitura linear que o hipertexto atingiu. A ruptura apresentada com os hipertextos possibilitou novas formas de leitura e a criação de diferentes signos com o uso dos recursos virtuais, dando às produções literárias maior mobilidade e interação.

Um tipo de escrita não linear e sequencial permite ao leitor escolher a forma de como quer ler o texto, por meio dos links, vídeos, jogos e etc.; podendo percorrer caminhos diferentes, saltando, até mesmo, de um texto para outro. Com um simples clique ou um toque na tela, podem ser feitas associações múltiplas entre palavras, sons, imagens e outros recursos. Consoante Lima (2006, p. 4), “através das revistas eletrônicas, dos blogs e fóruns de discussão, novas subjetividades vêm sendo formadas, novas possibilidades interpretativas se tornam visíveis e os conflitos ideológicos encontram um lugar para serem encenados”. Nesse sentido há uma nova oportunidade de acesso, interpretação e divulgação das produções contemporâneas que funcionam como novas práticas de escrita, leitura e divulgação do que foi produzido.

O hipertexto permite que o leitor se torne um coautor, um editor em potencial, selecionando a maneira como quer ler e experimentar o texto, em vez de seguir um caminho pré-traçado pelo autor. Isto posto surgem diversas revistas, blogs, sites que se propõem a não só publicar, mas também de se transformar em um espaço de crítica, discussão e produção literária.

Outro fator de transformação foi o suporte digital que também impôs uma redução de espaço físico aos textos, pois em alguns casos há um local pré-determinado, que em algumas plataformas não pode ser ultrapassado, como é o exemplo já citado do Twitter, com seus 280 caracteres, ou em espaços mais flexíveis, mas ainda com textos curtos como as postagens em blogs, no Facebook ou em sites. Como consequência, o minimalismo, a escrita que se vale do instantâneo e da visualização repentina, começa a fazer parte da construção dos textos digitais e impressos, principalmente poemas e contos.

Produções midiáticas que estabelecem uma relação entre extensão e narrativa que pode funcionar com um efeito arrebatador, levando o leitor a repensar e a recobrar os sentidos sobre aquela experiência em um texto curto, sintético, com linguagem diferenciada, dinâmica, interativa e inesgotável.

Formas e estruturas reduzidas não são uma novidade na literatura quando observamos as formas poéticas como o *Haikai*. Paul-Louis Couchoud (2003, p. 25) foi o escritor que esteve no Japão entre setembro de 1903 a maio de 1904 e alí tomou contato com a literatura japonesa, apresentando ao mundo ocidental essa produção que é “é uma poesia japonesa em três versos, ou antes em três pequenas partes de frase, a primeira de cinco sílabas, a segunda de sete, a terceira de cinco: dezessete sílabas ao todo”. No Brasil, Afrânio Peixoto deu expressão para essa forma poética e quem a explorou foi o modernismo, especialmente Guilherme de Almeida que adaptou aspectos particulares de rimas entre os versos para unir os versos.

Independente das diferenças conceituais e de uso, o haikai, forma poética reduzida, se torna popular e usual no país com a utilização dessa forma por Oswald de Andrade, Haroldo de Campos, Paulo Leminski, Millôr Fernandes entre outros, o que evidencia a particularidade que essa construção de origem japonesa congregou em outras culturas e épocas:

Um haicai não é comparável nem a um dístico grego ou latino, nem a um quarteto francês. Não é tampouco um “pensamento”, nem um “dito espirituoso”, nem um provérbio, nem um epigrama no sentido moderno, nem um epigrama no sentido antigo, isto é uma inscrição, mas um simples quadro em três pinceladas, uma vinheta, um esboço, às vezes um simples registro (*touche*), uma impressão (COUCHOUD, 2003, p. 25).

Pode-se constatar o uso dessas estruturas sintéticas em romances do século XIX, capítulos de poucas linhas, com funções simbólicas e sensoriais, como se encontra em “Memórias Póstumas de Brás Cubas”, de Machado de Assis, que contém capítulos curtos e com propostas ousadas em relação à linguagem e comunicação com seu leitor, como se verifica no capítulo 55, intitulado “O velho diálogo entre Adão e Eva”, repleto de espaços em branco e pontuações que devem ser completadas ou entendidas pelo leitor, ou ainda o reduzido capítulo 125, intitulado “Epitáfio”, momento em que Brás reproduz somente o que está escrito na lápide do túmulo da personagem “Eulália Damasceno de Brito”; assim essa linguagem reduzida e sintética resgata e impõe uma forma de escrita que se identifica com a agilidade e a rapidez do contexto do mundo do século XXI.

As modificações com o advento da internet apresentam um processo de democratização, fazendo a literatura sair de um centro e atingir os polos, de modo que escritores novos e estreados, que muitas vezes ficavam à margem do mercado por muito tempo, passam a ter vez e voz.

Essa nova dinâmica permitiu publicar textos, livros e poemas utilizando um veículo próprio e barato, que, dependendo da capacidade de quem escreve, lhes permite conquistar o seu grupo de leitores, número muitas vezes expressivos, porém nem todos que escrevem nesse ambiente conseguem atingir seus objetivos ou tem realmente algo relevante para mostrar artisticamente.

Na internet, portanto, acontece uma alteração na equação da produção editorial de uma obra literária, pois quem dá primeiro o carimbo de boa escrita não é a editora que aceita publicar o livro ou o crítico literário que escreve seu comentário na orelha da obra, mas o público leitor, pelo número de acessos em um blog, mensagens deixadas no Twitter ou seus seguidores no Facebook ou Instagram. Há, portanto, novos suportes de publicação, novos mediadores de leitura, novos críticos e editores. Desse modo, a equação escrever, ser publicado por uma editora, ser lido e receber uma crítica especializada é alterado para escrever, ser lido em um suporte digital, receber as críticas diretamente do seu público leitor e, dependendo da

aceitação, continuar publicando constantemente, a importância da editora e do crítico especializado não é tão relevante, pois aquela é substituída pelas plataformas digitais e este pelos próprios leitores que dão o seu veredicto.

Um exemplo expressivo é a escritora Thalita Rebouças, hoje uma grande personalidade do universo midiático, que tem em seu Instagram quase 300 mil seguidores e diversos fãs clubes na mesma plataforma exclusivos para divulgar e comentar a vida e obra da escritora. No Facebook, patrocinado pela editora Saraiva, ela tem mais de 340 mil seguidores e inúmeras páginas e pessoas que comentam o seu trabalho, além da informação que a autora já vendeu mais de um milhão e quinhentos mil livros impressos e *e-books*.

Isso evidencia o destaque que as ferramentas provenientes da tecnologia fomentam um novo ambiente de interação entre escritor e o leitor, novas formas de publicar suas obras, múltiplas plataformas. Escritores, editoras, críticos literários, estudos acadêmicos e campanhas oficiais de divulgação da obra, passam a ocupar novas funções nas redes sociais.

Essa nova “fórmula” de produzir literatura também possibilita um interlocutor que, mesmo desconhecido, dialogue com quem escreve, atualizando o processo ativo de escrita e leitura, compartilhando papéis. Porém, essa troca e cooperação entre quem escreve e quem lê supõe, em alguns momentos, a utilização de “personagens” e/ou pseudônimos, ou popularmente conhecidos como nome artístico, por parte do escritor. Essa distinção entre o real e o ficcional chega a um limite mais tênue ao notar que essas relações são quase majoritariamente feitas virtualmente e que muitos deles usam diferentes nomes artísticos em trabalhos múltiplos, isto é, direcionados a públicos diferentes, como acontece com a Adriana da Cunha Calcanhotto que assume que assume o nome de Adriana Calcanhotto em 1990 no lançamento de seu primeiro álbum como cantora, *Enguiço*, e em 2004 usa o nome Adriana Partim no bem-sucedido álbum infantil ganhador do Grammy Latino daquele ano com canções para um público divergente do qual sua obra comumente se direcionava.

Importante ressaltar que essas novas identidades não são mais exclusividades dos artistas, mas sim de uma infinidade de possibilidades de pessoas comuns criarem diversos perfis em suas redes sociais para dialogarem com seus artistas preferidos e, até mesmo, se lançarem no universo de escritores como outra persona, processo criativo conhecido dentro da literatura como heterônimo. Isso é

mundialmente reconhecido no mundo da literatura com os três famosos heterônimos de Fernando Pessoa (Alberto Caeiro, Ricardo Reis e Álvaro de Campos). São possibilidades de trocas de papéis e criação de personagens virtuais (perfis virtuais) por parte dos fãs e dos artistas que são multiplicadas com essas ferramentas, reforçando o sentimento expresso por Pessoa (2004, p. 81) “Sinto-me múltiplo./... uma suma de não-eus sintetizados num eu posição”.

Essa complexidade que envolve o conceito dos heterônimos, especialmente no caso de Pessoa, demonstra a amplitude que esse recurso produz, pois o próprio autor cita que eles não são simples “personagens literárias”, podendo afirmar que eles subsistem sem que Pessoa assuma a criação dessas obras.

No caso de Fernando Pessoa, a magnitude de sua genialidade fica clara quando ele mesmo em carta a Adolfo Casais Monteiro de 1935, não faz essa distinção desses nomes como Heterônimos. “Graduei as influências, conheci as amizades, ouvi, dentro de mim, as discussões e as divergências de critérios, e em tudo isto me parece que fui eu, criador de tudo, o menos que ali houve” (PESSOA, 1986, p. 228).

Complexidade essa que não é caracterizada simplesmente pela criação de um ou vários nomes artísticos (citado acima) ou na simples criação de perfis virtuais de fãs e/ou escritores. A densidade feita por Pessoa com seus heterônimos revela uma elaboração artística viva, a criação de outro “eu”, situação que pode ser também realçada com as novas tecnologias, especialmente com as redes sociais, a possibilidade de criar novas personas se multiplica dentro dessas plataformas.

A grandeza desses recursos midiáticos figura também no fato de funcionarem como uma forma abrangente para divulgação midiática do seu trabalho, principalmente, para alguns escritores que buscam um novo público para serem vistos, lidos e consumidos.

Isso se deve ao fato que a identidade do leitor é construída na interação entre as ferramentas que ele utiliza para escrever e ler. Essa identidade vai se transformando, dado que o hipertexto possibilita uma interação/interferência direta do leitor com o texto, que está em constante transformação, por isso é plausível afirmar que o leitor se torna co-autor do mesmo.

Essa reorganização das informações, da forma de se comunicar, da linguagem do texto produz uma criação, uma experiência linguística e artística que possibilita uma nova forma de olhar para a tríade mercado editorial, escritor e leitor.

1.3 NARRATIVAS TRANSMÍDIAS: EXEMPLO DA LITERATURA NO SÉCULO XXI

O conceito do livro digital suplantou a ideia de um livro digitalizado, como muito se promoveu durante a grande explosão tecnológica na transição do século XX para o XXI, constituindo uma potencialidade de interação entre as novas mídias que podem “contar” suas histórias de uma forma antes impossível de ser feita.

Essa nova realidade apresenta uma nova forma de produzir arte que é uma ferramenta de convergência de recursos, tecnologias, mídias e repercussão com os leitores, telespectadores, fãs e consumidores. Jenkins (2009), afirma que é nesse contexto que surgem as narrativas transmídias, isto é, uma história contada por meio de diversas mídias com a possibilidade de interação dos fãs, uma experiência aumentada, e sua colaboração:

[...] uma narração transmidiática, cada mídia realiza o que é capaz de fazer melhor – de modo que uma narrativa poderia ser introduzida em um filme, expandida através da televisão, de romances e de histórias em quadrinhos; seu universo poderia ser explorado através de jogos ou experimentado como a atração de um parque de diversões. Cada entrada precisa ser autossuficiente, de modo que você não precisa ter visto o filme para apreciar o jogo, e vice-versa (JENKINS, 2009, p. 97).

Em um primeiro momento o autor entendeu que essas imensas possibilidades de acesso à história deveriam ser autônomas, ou seja, o acesso por cada mídia à história não poderia gerar uma dependência de outro ponto de acesso, assim todos os pontos deveriam ser uma porta de entrada autossuficiente. Curiosamente essa autonomia dos pontos de acesso da história não pode ser confundida com a repetição da história ou de situações semelhantes reproduzidas em outras mídias, pois isso causaria uma falta de interesse do público consumidor.

Com os recursos atuais é possível criar textos que transitem nas mais diferentes mídias existentes (televisão, Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Flickr, Wahts App e etc.), agregando características particulares de “contar/narrar” que cada uma delas explora com mais ou menos potencialidade comunicativa (som, imagens, movimento, interatividade, realidade virtual e etc.). Constituindo assim uma nova dinâmica que transita em um universo digital comum para as novas gerações de leitores que manipulam diversas plataformas e podem interagir entre si.

Em um segundo momento, Jenkins⁴ traz mais algumas reflexões sobre seus postulados, organizando a narrativa transmídia em 7 conceitos:

1. Potencial de compartilhamento *versus* profundidade;
2. Continuidade *versus* Multiplicidade;
3. Imersão *versus* Extração;
4. Construção de universos;
5. Serialidade;
6. Subjetividade;
7. Performance.

Nessa postagem, em 2009, intitulada “The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling”, ele faz algumas considerações que ampliam e/ou mudam alguns conceitos que apresentou na obra “Cultura de Convergência” (2009), lembrando que o livro em língua inglesa é lançado em 2006.

No quesito de “Compartilhamento *versus* Multiplicidade”, o autor entende que o movimento de Compartilhamento é o alcance máximo que uma obra pode ter com o seu público; já a Multiplicidade é a capacidade do produto/narrativa envolver o seu fã e, assim, ele fique o máximo de tempo nesse universo narrativo (JENKINS, 2009).

O ponto de maior mudança e que é relevante para esta tese é “Continuidade *versus* multiplicidade”, pois é o que aborda a ideia de diversos pontos de acesso autônomos com múltiplos textos, produzindo uma experiência unificada e sistematicamente articulada, caminhando para sentidos complementares, porém isso não se verifica na prática.

No momento em que as obras abrem espaço para a criação dos fãs, recontando a história, há versões que caminham paralelamente e viram versões incomparáveis. Nessa perspectiva é como se o objeto (jogo, filme, websérie, história em quadrinho) se tornasse uma ferramenta para a construção da narrativa do fã, invertendo a ideia de narrativa transmídia ideal proposta pelo autor:

Eu mencionei anteriormente que alguns dos meus pensamentos recentes sobre transmídia começam a desafiar a ideia de uma “experiência unificada” que é “sistematicamente” desenvolvida em vários textos. É certamente o caso de que muitas franquias transmídia realmente procuram construir um forte sentido de

⁴ Disponível em: <http://henryjenkins.org>. Acesso em: 28 ago. 2019.

“continuidade” que contribua para a nossa apreciação da “coerência” e “plausibilidade” de seus mundos ficcionais e que muitos adeptos fervorosos veem esse tipo de “continuidade” como a recompensa real pelo seu investimento de tempo e energia na coleta das peças dispersas, montando-as como um todo significativo.[...] a possibilidade de versões alternativas dos personagens ou ainda, histórias em universos paralelos – como um conjunto alternativo de recompensas para o nosso domínio sobre o material de origem. A multiplicidade permite os fãs terem prazer em formas de recontar alternativas, vendo os personagens e os eventos a partir de novas perspectivas, e os editores de quadrinhos confiam em seus fãs para resolverem não apenas a forma como as peças se encaixam, mas também em qual versão da história um determinado trabalho se encaixa (JENKINS, 2009⁵ *apud* SANTOS, 2018, p. 24-25).

Os caminhos abertos pela multiplicidade são formas de recontar uma narrativa transmídia que ainda não teve o personagem, um evento explorado ao máximo, porém criando histórias que se tornam paralelas e sem pontos de entrada para narrativa inicial.

Na questão “Imersão *versus* Extração”, Jenkins (2009) afirma que a possibilidade do consumidor entrar no mundo da narrativa é a Imersão; já a Extração é o processo inverso no qual o fã leva para sua vida real aspectos da narrativa por ele explorado, exemplo de *action figures*, citado pelo autor.

A construção de universos é apresentada como a possibilidade de expandir mais espaços e caminhos na narrativa pelo fã; a Serialidade é a organização da narrativa em pedaços menores possibilitando enigmas e suspenses que engajem mais os leitores; a Subjetividade é a possibilidade de retratar algo que não foi encenado, ou seja, algo que não foi tratado durante a narrativa, o início da história, a vida de um personagem e etc.; a Performance é a participação dos fãs na narrativa produzindo e expandindo o universo da obra original.

Todas essas narrativas convergentes, todas essas possibilidades indicam uma vanguarda artística que, apesar de não ser tão nova assim, pois ocorrem há quase duas décadas, incomodam muitos teóricos da literatura, levantando a seguinte questão: é possível chamar isso de literatura ou seria apenas um fenômeno tecnológico passageiro? Para responder essa pergunta, é fundamental distinguir as obras literárias digitalizadas que exploram os mesmos recursos e a mesma lógica do livro impresso das obras digitais e que nasceram no universo de convergência

⁵ Disponível em: http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html. Acesso em: 7 jul. 2019.

mediática, pressupondo novas formas de leitura, muitas vezes novos leitores, novas interações e novos conceitos estéticos. Por isso para entendê-las é necessário observá-las “não só à luz de suas técnicas artísticas e estéticas específicas, mas, agora também, a partir de suas condições de contorno tecnológicas” (SANTOS; SALES, 2012, p. 19).

Essa literatura digital ou nascida no meio digital aponta novos caminhos estéticos e conceituais que a teoria literária não consegue sistematizar completamente com a teoria tradicional aplicada nos séculos anteriores, pois os fenômenos que são verificados, até porque podem ser modificados a cada experiência de leitura, rompem com diversos conceitos estéticos da literatura tradicional (impressa). Muito diferente de obras clássicas ou populares que são digitalizadas e guardam o mesmo *modus operandi* do livro impresso. Evidentemente essas inovações podem ser postas em paralelo com outras propostas estéticas que também tentaram romper com esses conceitos consolidados, um dos pontos comparativos é com o movimento brasileiro da década de 1950 denominado Concretismo, idealizado por Décio Pignatari, Augusto e Haroldo de Campos, que propôs uma expansão semiótica da experiência literária abordando o verbal e o não verbal.

Aproveitando essa analogia entre o Concretismo e a literatura transmidiática, alguns pontos são relevantes para a discussão proposta como título desse tópico (*Narrativas transmídias: exemplo da literatura no século XXI*). Respostas definitivas e exatas podem não valorizar a construção histórica e conceitual da arte. Para estabelecer essa comparação entre esses dois momentos e apontar uma resposta, serão analisados alguns aspectos da entrevista que Augusto de Campos deu ao Diário Catarinense em 27 de março de 2006 para o repórter Luis Turiba, disponível no site do Ministério da Cultura.

A relação de desconforto com o novo e a transgressão da arte tradicional causou um estranhamento no Brasil de 1950, segundo Campos (2006, p. 3)

Aqui [Brasil], enfrentamos um bombardeio análogo ao dos modernistas de 22. Praticamente toda a intelectualidade contra. Exceto Manuel Bandeira. Os que diziam [...] que nós “precisávamos de um bom curso primário”, e os que achavam [...] que necessitávamos era de “um banho de burrice”.

Segundo o autor, “a poesia concreta estava sintonizada com essas prospecções tecnológicas” (CAMPOS, 2006, p. 3), evidenciando propostas de uma nova linguagem e novas interações artísticas, isto é, o contexto impulsionou uma nova estética que não foi aceita/entendida em um primeiro momento. Isso tudo transcorreu antes da grande propagação das tecnologias deste século, Campos (2006, p. 3) diz que “quando os computadores chegaram, foi só deitar e rolar”, porém essa visão criativa e de inovação artística nem sempre é acompanhada com o mesmo entusiasmo pelos críticos e estudiosos. Campos (2006, p. 3) explica que “para a maioria dos literatos brasileiros, ciência, tecnologia e matemática eram vistas com desconfiança, como coisa desumana”.

Esse relato demonstra a contrariedade de aceitação de novas propostas estéticas híbridas de arte, sobre a dificuldade de absorver uma arte que proponha transformações, estando aliada às inovações de sua época. Estranhamento enfrentado pela narrativa transmídia, pois a entende-se como uma manifestação contextual ao século XXI que ultrapassa os limites tradicionais da literatura.

Ela integra filmes, jogos, redes sociais e mídias de comunicação, propondo novas formas de interação e intersecções com práticas já consolidadas, rediscutindo conceitos de produção, divulgação e comércio da arte.

É importante destacar que a poesia concreta, apesar de uma proposta estética que utilizou recursos semióticos, não se encaixa na definição de transmídia, para Antonio (2008), é uma “poesia-migrante”, pois foram concebidas para o suporte impresso (papel) e posteriormente foi levada ao ambiente digital, mas isso não inferioriza o processo de construção híbrida da poesia concreta que postulou inovações contextualizadas ao seu período histórico e tecnológico e, por isso, indica o caráter artístico e conceitual da literatura que se renova nos meios digitais.

Segundo Sales e Azevedo (2012, p. 60),

[...] sentados diante dessas escrituras expandidas, diante dessas faces sonoras, desses versos táteis e das imagens em movimentos analógico-digitais (programadas em softwares), podemos redescobrir uma beleza que não nos remeta apenas às explicações acerca do quanto a literatura e a arte nos transformam, mas que também nos proporcione encantamentos pelas cores, consistências e percepções corporais.

Uma nova proposta de poesia, de narrativa, de drama, de produção literária de forma geral, promove experiências que estão em consonância com o intuito das criações tecnológicas que é aproximar, interagir de forma virtual, todavia com sensações reais, por isso há uma literatura interativa, colaborativa e sinestésica.

Na pesquisa realizada por Antonio (2008), ele destacou nove tipos de produção literária com base em sua interação com as novas tecnologias digitais:

- Poesia-programa: um programa que produz textos estocásticos;
- Infopoesia: poemas visuais que foram levados para o ambiente digital;
- Poesia-computador: produções que utilizaram programas de computador, comum nas décadas de 1970 e 80;
- Poesia hipertextual/Hipermídia: modalidade que já é concebida com a realidade da internet e, por isso, utiliza-se dos recursos hipertextuais;
- Poesia internet: poemas na íntegra ou parciais que são publicados em sites de escritores e leitores;
- Poesia interativa, performática e colaborativa: envio de poemas e/ou versos que eram completos na interação com a própria rede de colaboradores;
- Poesia-código: formada em uma experiência com a linguagem computacional;
- Poesia-migrante: releituras e adaptações de poesias já conhecidas, muitas vezes utilizando textos do movimento concreto já citado;
- Poesia performática híbrida: poesia caracterizada pelo uso dos diferentes recursos tecnológicos existentes.

Para a pesquisadora Hayles (2008), que analisou a produção literária de países de língua inglesa, essa nova literatura se divide em duas fases:

- Ficção hipertextual (1980-1990): produções ligadas diretamente a programas de produção de narrativas hipertextuais (*Storyspace*);
- Literatura digital contemporânea/ Pós-moderna (1995 até os dias atuais): não está baseada na estrutura de hipertextos, mas sim nas multipossibilidades que as ferramentas possibilitam.

Baseada na pesquisa de Hayles (2008), outra pesquisadora acrescentou mais uma classificação no intuito de atualizar os conceitos já desenvolvidos. Ensslin (2014) afirma que existe uma terceira geração de produção literária que se caracteriza pelo sentido de “cibertexto” ou “texto ergódico”, ou seja, uma obra que se aproxime dos jogos eletrônicos, exigindo do leitor novas habilidades de interação e exploração do texto.

As novas formas de explorar conceitos estéticos e artísticos tendo como base a narrativa literária ou a poesia são realidades que acompanham a evolução tecnológica e as possibilidades de experimentação da linguagem literária e computacional, por isso ainda é restrita a grupos que têm acesso e entendem esse universo multimidiático. Contudo esse panorama tem se expandido e consolidado ao longo dos anos, especialmente no momento em que o mercado editorial enxergou o potencial de comercialização desses produtos e o crescente entendimento das novas gerações ao mundo tecnológico/virtual.

Essa nova experiência literária identificada acima fez com que algumas premiações adotassem/criassem uma categoria de livros advindos de uma criação digital, como: Feira de Bolonha do livro Infantil (Itália, 2012), lançou o Prêmio Digital Ragazzi para destacar os aplicativos digitais direcionados para crianças; Prêmio Jabuti – CBL (Brasil, 2015), lançou a categoria experimental Livro Infantil Digital.

Essas iniciativas indicam a expansão dessa “nova forma literária” e desse mercado editorial, ratificando uma mudança na forma de produzir, comercializar, divulgar, discutir e ler. Isso demonstra naturalmente que há diversas outras formas de pensar, fazer e comercializar a literatura (sites, blogs, autores que estão se auto publicando, poemas e narrativas transmídia, muitas das iniciativas literárias multimodais têm ocorrido com mais facilidade e em maior quantidade, mas isso não é um acontecimento contemporâneo aleatório e independente do contexto e sim ligado às transformações tecnológicas, da mesma forma que a prensa de Gutenberg mudou/facilitou a forma de produzir, comercializar e ler as obras literárias e não literárias. Esse processo natural na história do ser humano impacta diretamente na interação que se estabelece com a literatura, sendo assim relevante que a formação dos leitores promova uma abertura para as produções literárias tradicionais, as digitalizadas e as que se utilizam de novos suportes e modelos de interação.

1.4 O NOVO ESPAÇO PARA A CRÍTICA NO SÉCULO XXI

A origem da palavra *crítica* deriva do vocábulo grego *Krínein*, significando julgamento/julgar, segundo Moisés (1974). Naturalmente esse vocábulo, na utilização diária, ganhou nossos sentidos e possibilidades semânticas, como: interpretação, análise, resultado, evoluções naturais que ocorrem em qualquer língua em uso, construindo assim sentidos pejorativos, crítica como algo ruim, negativa; e crítica construtiva, o que remete a um julgamento correto, ponderado.

Na atualidade, século XXI, a palavra crítica é utilizada em diversos meios e para diferentes objetivos, fazendo-se presente em artigo de jornal, artigo acadêmico, resenha, ensaios, monografias e tantos outros. Entretanto, a crítica literária tem por finalidade apreciar, proveniente de um suporte teórico, o valor estético da obra julgando sua qualidade e deficiência.

A história evolutiva da crítica literária não é uma sucessão construtiva de teorias que se distanciam ou se complementam e sim discussões sobre posições teóricas que postulam padrões e especificidades a serem tratadas na literatura. Com isso, nota-se que não há um método único que possa ser adotado em uma análise, cabendo ao crítico optar pela teoria que melhor extrai as particularidades da obra e apontar as limitações, se houver, na teoria usada nesta análise. Entende-se que a crítica não é um simples julgamento, mas um olhar atento à teoria e à obra em análise, materializando o valor estético da obra.

No início do século XIX, a crítica literária passa por um processo biográfico de análise, procurando explicar os elementos da obra baseado na vida, estilo do autor. O crítico francês Sainte-Beuve foi o maior exemplo desse método, o qual comprovou tratar-se de um método frágil e, muitas vezes, contraditório. Em oposição ao crítico biográfico, surge na metade do século XIX, a crítica determinista, baseada nas teorias de Comte e Taine e no avanço das ciências naturais, uma abordagem caracterizada pelo cientificismo que aplicou métodos científicos no campo literário.

Contudo, no fim desse mesmo século, diferenciando-se dessa crítica determinista, surge uma tendência crítica centrada na subjetividade, denominada Crítica Impressionista, que valorizava a sensibilidade do leitor-crítico, pois não havia limites metodológicos ou regras, mas sim os impulsos e percepções do próprio leitor, tendo como exemplos Anatole France, Virgínia Woolf e Benedetto Croce.

É no século XX que ocorre as grandes transformações e reflexões sobre a crítica, o papel do crítico e do leitor. Com o surgimento dos estudos de Ferdinand Saussure e a criação do curso de Linguística, teóricos da área de linguagem iniciam estudos da materialidade do texto literário. Inicia-se nesse momento a Crítica do Formalismo Russo e do Estruturalismo, com representantes como Cheloveskg, Tomachevski, Propp, Brik, Eikhenbaum e Tynianov.

Esses movimentos críticos se opuseram radicalmente às tendências Impressionistas do fim do século XIX, execrando esse olhar subjetivo e sensitivo do leitor, a importância biográfica do autor e seu estilo, e centrando-se na concretude linguística do texto literário.

A proposta do Formalismo Russo era demonstrar um método formal de análise linguística e literária, contestando o modo impressionista e pessoal de crítica. Segundo Jakobson (1971, p. 119) “há pouco tempo, a história da arte, em particular a história da literatura, não era uma ciência, mas uma *causerie*”. Isso não quer dizer que não havia discordâncias entre os teóricos do formalismo em relação ao que seria esse método formal, este não era um sistema fechado e particular, mas sim esforços somados para criar uma ciência concreta, apresentando uma postura objetiva de análise:

O grande mérito dos estudos formalistas é a profundidade e a finura de suas análises concretas, mas suas conclusões teóricas são muitas vezes mal fundadas e contraditórias. [...] os formalistas sempre tiveram consciência dessa lacuna, [não cessando de] repetir que sua doutrina está em constante elaboração (TODOROV, 1979, p. 28).

Essa postura crítica mostrava-se diretamente contrária ao idealismo biográfico e subjetivo do século XIX. Sendo assim, a grande contribuição formalista foi a visão da obra artística de forma independente do leitor e do autor, promovendo um olhar analítico e crítico com bases teóricas que fundamentaram suas proposições.

Essa postura crítica teve como base o estudo da norma linguística vigente e as construções particulares da língua relacionados à literatura, mostrando-se eficiente à época. Tynianov e Jakobson (1971, p. 97), dizem que era necessário “aplicar essas duas categorias (a norma existente e os enunciados individuais) à literatura e estudar sua ligação é um problema que deve ser profundamente examinado”.

A partir desses estudos os Formalistas queriam chegar a leis imanes da literatura, ao funcionamento e ao entendimento de sua natureza poética. Dessa forma procedimentos, singularização, estranhamento e literariedade são conceitos explorados para entender cientificamente a literatura, pois

[...] o objetivo da arte é dar a sensação do objeto como visão e não como reconhecimento; o procedimento da arte é o procedimento da singularização dos objetos e o procedimento que consiste em obscurecer a forma, aumentar a dificuldade e a duração da percepção. O ato de percepção em arte é um fim em si mesmo e deve ser prolongado (CHKLOVISKI, 1973, p. 45).

O Estruturalismo foi um outro olhar de algumas tendências do Formalismo Russo, absorvendo muito dos estudos do grupo do Círculo Linguístico de Praga, rigor científico, o que postulou um novo modo de conceber as relações, fenômenos e conceitos, mudança essa ligada diretamente ao pensamento de Claude Lévi-Strauss (1973), que demonstrou uma análise sistêmica das variações e transformações presentes nas obras de arte:

Ao invés de arrolar traços comuns sempre iguais e desinteressantes, a antropologia estrutural propôs-se procurar os mecanismos fascinantes de suas transformações. Uma busca da identidade pela descoberta das diferenças – eis o caminho que o estruturalismo abriu para a ciência do homem (MERQUIOR, 1997, p. 60).

Assim, Lévi-Strauss (1973) apresenta quatro condições para nomear essa proposta de “estrutura”. A primeira tem um caráter de sistema; a segunda pertence ao grupo de transformações, sociais, familiares, pessoais e etc.; a terceira as transformações artísticas/de uma obra literária devem ser modelares; e a última é que esse modelo deve ser capaz de explicar todos os fatos observados.

Naturalmente é possível identificar um “método” no Estruturalismo, mas para isso o objeto em estudo deve ser considerado sistema (valores inconscientes e representações da vida social, pessoal que podem ser representados de forma compreensível), já que é impossível analisar fenômenos de composições heterogêneas.

Ainda tomando como base os modelos linguísticos, em especial as proposições de Jakobson (1971), o Estruturalismo tinha como princípio propor uma teoria que se entende o discurso literário, que o torna-se inteligível, entretanto não

era possível estabelecer modelos que suprissem todas as necessidades significativas do texto:

Essa concepção radical da a-historicidade das estruturas e dos códigos literários, suportada [...] por uma teoria metafísico-gnoseológica, indemonstrável [...] esvazia o discurso literário das suas motivações, implicações e consequências ideológicas (AGUIAR E SILVA, 2011, p. 679).

Problemática essa que será desvendada e refletida posteriormente por Barthes, que apontou uma postura mais dialógica e que não perseguiu a forma do texto, mas sim uma estruturação do texto literário, reapresentando aspectos importantes para uma crítica literária, que foi pouco desenvolvida no Estruturalismo, um olhar contextual, histórico e o resgate do leitor ao texto da literatura.

Nota-se no Estruturalismo um rigor científico de análise, mas também uma visão antropológica que representou essa nova formulação do conceito de estrutura que foi aplicada à literatura. Segundo Merquior (1997, p. 9), “Lévi-Strauss é o mestre do estruturalismo clássico”.

Nas décadas de 1960 e 1970, há um deslocamento do eixo de análise saindo da forma e estrutura do texto para um olhar mais amplo e sociológico, investigando a recepção do leitor literário; tendo como objetivo o estudo das sociedades, o estudo literário tendo como suporte o romance, a poesia, a literatura de forma geral, isto é, o estudo dos gêneros literários a partir de suas relações sociais. Essa visão centra-se no entendimento que o indivíduo não forma um repertório ideológico e crítico isoladamente, mas sim em sociedade; dessa forma a leitura ocorre de forma plural e significada pelo leitor.

Da sociologia da literatura surge a relação da psicanálise com a literatura, destacando o estudo sobre a natureza dos sentimentos humanos, das relações estabelecidas entre as personagens e seus comportamentos. Esse resgate foi instigado pelas obras de Jacques Lacan⁶ que erigiu um modelo teórico do inconsciente estruturado em uma linguagem, tendo por base os conceitos de Freud e Saussure.

⁶ LACAN, J. **O seminário, livro 8, a transferência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992. LACAN, J. **Escritos**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

Essa desconstrução da significação única do texto, do caminho singular de entendimento do texto é a marca das teorias Pós-estruturalistas que se opuseram a estruturas lógicas, fronteiras rígidas, traçar o aceitável e o que não o é, o que é real e o que é mentira. Eagleton (2003) afirma que a desconstrução de Derrida é fazer de algo aparentemente sem valor, uma nota de rodapé, ser trabalhado obstinadamente a ponto de desestruturar o equilíbrio o texto como um todo, desarticulando as oposições clássicas:

A tática da crítica desconstrutiva é, em outras palavras, demonstrar como os textos podem embaraçar seus próprios sistemas lógicos dominantes. E a desconstrução mostra isso tomando os pontos “sintomáticos”, os *aporía* ou um passes de significado, nos quais o texto enfrenta problemas, perde a coesão, e se abre a contradições (EAGLETON, 2003, p. 201).

Jacques Lacan, Roland Barthes, Michel Foucault, Jacques Derrida, Friedrich Nietzsche, Hans Robert Jauss, Wolfgang Iser, entre outros são as bases que possibilitam a problematização das oposições dicotômicas. As críticas Sociológica, da Recepção, Feminista, Psicanalítica, Cultural, Pós-colonial apontam para discussões que extrapolam o limite da imanência textual e as estruturas narrativas que analisam as oposições clássicas, redimensionando a visão sobre a literatura, o objeto artístico e seu público consumidor. As discussões teóricas da segunda metade século XX adentram em um terreno fértil e importante para o século XXI que é repleto de inovações tecnológicas que remodelam os papéis consolidados da e na arte, rediscutindo assim também o papel da crítica literária.

A crítica literária no século XXI está inserida nas manifestações artísticas e tecnológicas e tendem a propor uma sistematização de fenômenos artísticos expressos nas obras. As discussões sobre o hipertexto e seu espaço de aparição ainda é um ponto de muitas divergências e discussões sobre o caráter literário apresentado, mas que não pode ser desconsiderado:

Não há economia no entusiasmo com que tais teóricos destacam o papel das tecnologias informatizadas na exploração de novos espaços textuais, insinuando que estamos diante de formas totalmente revolucionárias de produção e circulação de textos, sem precedente na história das literaturas conhecidas. No caso, trata-se de uma oposição frontal aos teóricos mencionados no início deste ensaio, retomando a querela descrita por Eco entre apocalípticos e integrados. Todavia, há algo que os une e é justamente a

incapacidade de rever auto-ironicamente seus paradigmas de reflexão e de leitura, o que permitiria o estabelecimento de pontes teóricas entre ambos os termos dessa equação, isto é, entre as teorias do texto que já se tornaram clássicas e a nova produção textual informatizada (SANTOS, 1996, p. 39).

O conceito de hipertexto redimensiona o caráter tradicional da teoria literária e expõe novos pontos de significação e acúmulo de funções que a literatura tradicional não buscou. Isso gera um anacronismo intenso ao medir obras que usam de recursos tecnológicos com o “metro” da teoria literária proposta do Aristóteles. Nesse sentido essas transformações promovem novos caminhos que exigem a reflexão de outras áreas artísticas e a construção de novos conceitos que suportem uma análise coerente:

Hoje há hipertextos. Em um livro tem-se que ler da esquerda para a direita (ou da direita para a esquerda, ou de cima para baixo, de acordo com diferentes culturas) em uma forma linear. Pode-se saltar páginas, pode-se – já alcançada a página 300 – voltar para checar ou reler algo na página 10 – porém isso implica em trabalho, digo, trabalho físico. Ao contrário, um hipertexto é uma rede multidimensional onde cada ponto ou nó pode, potencialmente, ligar-se a outro (ECO, 1996, p. 4).

Essa profusão de novas possibilidades de arte misturada aos elementos tecnológicos promove uma necessidade de que o crítico da obra observe esses novos fenômenos sem tentar enquadrá-los imprescindivelmente na teoria literária convencional, os parâmetros estéticos norteadores de uma obra tradicional nem sempre se encaixam nas composições contemporâneas, necessitando com isso de um novo posicionamento do crítico literário em relação a sua análise. Pois em um sistema de legitimação do valor artístico participam diferentes agentes que atuam em graus diversos, como: críticos, editores, escolas, universidades, museus, imprensa, sites especializados e redes sociais.

Ao crítico literário, no âmbito social, sempre foi reservado um espaço de afirmação do que é “bom” e “ruim”, e por muito tempo isso definiu a consagração, temporária ou não, ou o fracasso de alguns escritores. Um caso icônico na história literária brasileira é do crítico Sílvio Romero que por amizade a Tobias Barreto chegou afirmar que este era superior a Machado de Assis, importância esta que o crítico literário/de arte não congrega em sua função atual, pois não há mais espaço

para uma única voz que assevere a importância de uma obra e hoje se evidencia as possíveis vozes que estão presentes em um discurso, em uma análise literária.

Essa situação em que o crítico supervaloriza uma obra e/ou um autor ou desvaloriza-os é tão datada que já foi comentada pelo escritor e crítico norte americano Eliot (1964. p. 109,) que apontava o grande perigo para um crítico errar valorizando demasiadamente ou indo na direção contrária, pois “entre mentes mais independentes ocorre um período de destruição, de superestimação ridícula e de sucessivas modas, até que uma nova autoridade chegue para introduzir alguma ordem”.

No caso da crítica feita para autores contemporâneos e que ainda tem espaço para realizarem outras obras, essa avaliação “super” ou “sub” valorizada tende a ocorrer com mais frequência, entendendo que é um julgamento, que muitas vezes, não parte de julgamentos prévios e com a possibilidade do autor produzir muitas outras obras ao longo de sua carreira.

A crítica sempre teve um papel importante na legitimação do valor estético da obra, especialmente em séculos anteriores em que as mídias tradicionais eram quase que exclusivamente as únicas fontes de acesso do grande público a um julgamento sobre aquela obra ou autor.

Assim a crítica atrelada a imprensa formal sempre oportunizou uma forma de identificar o que deveria ser lido e aquilo que deveria ser evitado; as escolas e as universidades também sempre orientaram direta ou indiretamente listas de livros e autores que deveriam ser lidos e estudados. Um círculo que pouco sofria interferência do gosto do público leitor “menos especializado”, trazendo uma visão direcionadora sobre a boa literatura e oficializando determinados autores e obras e excluindo outros.

Essa crítica tradicional formava o cânone, uma ou mais listas que oportunizam uma leitura de qualidade, situação que naturalmente foi se diluindo no fim do século XX e início do XXI, pois não há mais espaços para uma única visão sobre a literatura e poucos canais de divulgação, mas sim uma possibilidade grandiosa de opinar sobre os mais variados autores e obras, e muitos canais para publicar a sua lista de melhores livros para serem lidos.

Ao observar os grandes veículos de comunicação em massa, constata-se que o espaço para as grandes críticas de arte (literatura, cinema, teatro, galerias de arte) diminuiriam muito em relação ao século passado. Todavia é importante entender que

a imprensa tradicional teve uma perda de espaço para as plataformas online que oferecem conteúdos 24 horas por dia, assemelhando-se ao papel das revistas semanais, dos jornais diários, das notícias em hora marcada nos rádios e televisões.

Nesse contexto é evidente que a crítica literária perdeu espaço na imprensa tradicional de forma natural diante da evolução de tantas plataformas tecnológicas e possibilidades de comunicação. É nesse ponto que diversas revistas e periódicos feitos por universidades que eram produzidos impressos migraram para uma plataforma online, possibilitando com isso que institutos de pesquisa e/ou grupos educacionais continuem a produção da crítica literária. Isso pode ser verificado no aumento das publicações da CAPES em plataformas online, indicando que há uma intensa produção de críticas literárias no século XXI.

Um ponto relevante para levantar é que essas críticas estão em nichos mais específicos e não nos grandes veículos de comunicação (jornais, revistas, rádio e televisão aberta) atual como já estiveram, porém há um espaço importante reservado para a crítica literária no ambiente acadêmico, feita por estudiosos da literatura, pesquisadores e publicações que apresentam estudos sobre obras, autores, mercado editorial, leitores e outros aspectos significativos. Todavia há, na democratização do espaço de publicação promovido pela internet, oportunidade para qualquer um fazer a sua crítica literária mesmo que este esteja fora dos ambientes universitários e não use critérios teóricos para avaliar, tudo isso possibilitado pelas plataformas digitais. Nesse contexto há um espaço para todos publicarem, espaço para uma crítica especializada, feita pelas academias e estudiosos, e também há espaço para crítica feita pelos interessados, curiosos em literatura, proliferando assim não só a crítica, mas a produção, circulação e comércio de uma obra literária, isto é, os bens de consumos literários não passam exclusivamente por um caminho único e sim por outras possibilidades que alteraram as formas de se relacionar com a crítica, o escritor, a obra e o seu consumo.

Esse novo caminho está atrelado ao contexto digital que promove novas formas de interação, assim é natural que as revistas, jornais, programas de rádio e a televisão aberta percam espaço para as novas mídias. Dessa forma a crítica presente nesses veículos tradicionais também mudou porque os próprios veículos estão em transformação.

Isso é ratificado por Robert Cauthorn, especialista em informação online, ao afirmar em uma entrevista ao jornal Folha de S.Paulo que “é pouco provável que um

adolescente de hoje, integrante da geração dos ‘digital natives’ [nativos digitais], nascidos com internet, leia um jornal diário impresso quando chegar aos 30 anos. Tudo se acelera” (SANTI, 2007, p. 1).

Entende-se nesse processo que os próprios veículos de comunicação estão mudando porque o próprio público consumidor está mudando, por isso alguns conteúdos de nicho entram, na era digital, num espaço reservado para seu público e deixam de ocupar grandes espaços nos veículos tradicionais:

A força do hábito para muitas gerações de leitores e o conforto da leitura em folhas grandes, mais agradável do que a leitura na tela. Mas tudo vai mudar com a chegada, após a generalização da banda larga, da tinta eletrônica e das telas flexíveis (SANTI, 2007, p. 1).

Segundo o autor, os conteúdos discutidos em textos longos e mais profundos se tornarão mais sucintos e veiculados em espaços reservados para o seu público, entendo que textos mais densos continuarão a existir, mas de maneira menos dominante. E já na época em que é entrevistado, 2007, Cauthorn⁷ afirma: “há uma verdadeira revolução por vir”, refletindo que as mudanças promovidas pela tecnologia são inevitáveis, constantes e transformam a realidade de consumo, produção e circulação da crítica, da obra e sua confecção e na escrita do autor.

Não há então a morte da crítica literária especializada, mas sim um realocamento para o universo online e suportes digitais. Todavia há uma abertura para outras vozes que realizam críticas literárias, nem sempre com um viés acadêmico, mas sim uma democratização das opiniões, ideias e paixões por determinada obra ou autor. Espaço esse múltiplo e igualitário para todas as críticas possíveis de serem realizadas.

⁷ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs2503200711.htm>. Acesso em: 13 jan. 2018

2 A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NA LEITURA

Ao abordar a influência da tecnologia na leitura, é fundamental resgatar a introdução feita nesta tese sobre as transformações promovidas pela internet e suas infindáveis ferramentas que modificaram e modificarão a vida do ser humano, no âmbito social, cultural e econômico.

É relevante observar que a evolução tecnológica sempre afetou diretamente as práticas de leitura e escrita, primeiramente na evolução dos materiais e ferramentas que possibilitaram fazer os registros escritos: argila, espátulas, pergaminhos, papiro, papel, tintas, penas, lápis, canetas, máquinas de escrever, computadores, impressoras, escâneres e etc.. Trajetória que inicia com os sumérios e fenícios e que é aprimorada até os dias atuais, lendo e escrevendo palavras, ilustrações, animações ou ouvindo/contando histórias; o essencial é a possibilidade de explorar sentidos, sensações e a criação de um repertório que crie memórias e significados ao ser humano, configurando o ato da leitura.

A história da humanidade é marcada por narrativas orais e escrita, pinturas e outras manifestações artísticas que registravam comezinho seus acontecimentos diários e até chegarem a criações linguísticas mais elaboradas, adentrando na criação ficcional de diversas formas, pois “toda narrativa literária se constrói em cima de elementos que vão se correspondendo de modo coerente e que aos poucos vão erigindo um edifício de sentido”, afirma Machado (2002, p. 75). As narrativas são assim meios de estruturar e apresentar-se para outrem:

Foi a narrativa que garantiu transmitir de geração para geração o conhecimento, as crenças, a sabedoria e as histórias reais ou criadas...[...] Ler possibilita desvendar aquilo que outros já viveram, produziram, criaram, sentiram... em outros lugares, outros tempos ou na imaginação. Multiplica e possibilita viver muitas vidas e experiências. Desvenda outros sentimentos e histórias escondidas (FAILLA, 2016, p. 19).

Diante disso é importante destacar que as práticas de leitura quase sempre estiveram atreladas ao livro impresso, aos jornais, revistas, aos locais que disponibilizavam esses materiais (bibliotecas, livrarias, bancas de jornal, dentre outros) e, entre eles, especialmente à escola como meio de aprendizado da escrita e da leitura.

Sabe-se que esses dois processos, escrita e leitura, estão intimamente relacionados, pois fazem parte do desenvolvimento humano, assim são ferramentas que possibilitaram a construção cultural, filosófica, científica e ideológica que a evolução humana necessitou para o seu desenvolvimento. Por isso hoje entende-se que há um lugar/espço importante para o leitor na sociedade:

A leitura do mundo precede a leitura da palavra, daí que a posterior leitura desta não possa prescindir da continuidade da leitura daquele. Linguagem e realidade se prendem dinamicamente. A compreensão do texto a ser alcançada por sua leitura crítica implica a percepção das relações entre o texto e o contexto (FREIRE, 1992, p. 11-12).

Nessa perspectiva compreende-se o ato da leitura como um processo maior do que a decodificação ou um uso estrito dessa habilidade, mas sim uma interação que tem relação direta entre “o texto e o contexto”, sendo impossível dissociar as práticas de leitura do seu contexto em contínua transformação. Assim a leitura influi na tecnologia a ser desenvolvida ou aprimorada e a tecnologia influi nas práticas de leitura realizadas.

A leitura é um aprendizado que ocorre com o contato com o texto, desenvolvendo estratégias, técnicas e métodos para aprimorar essa habilidade. Assim quanto mais contato com o texto (plataforma, objeto), maior a exploração e a experiência com a leitura daquele objeto texto. Um exemplo disso é a leitura de jornais impressos, quanto mais contato com um jornal, mais facilidade para manuseá-lo, para entender a ordem dos cadernos, a importância das matérias e suas particularidades. O que ocorre também com a leitura no universo digital, pois quanto mais contato nesse ambiente maior será a habilidade e o entendimento de seus percursos de leitura.

Isso se configura de forma interessante no tempo posterior ao advento do computador e da internet em que os modelos eram mais “rígidos” e promovia certo comportamento padrão para aquelas leituras, todavia ler hoje está ligado a plataformas/objetos híbridos que se interligam e mudam constantemente, discutindo as configurações da leitura e escrita tradicionais.

Na atualidade as possibilidades de leitura estão realmente em qualquer lugar, nos livros, revistas, jornais, outdoors, muros, celulares, computadores, televisão, filmes legendados, mensagens em aplicativos, nas mais variadas placas, tornando-

se quase uma overdose de tanta informação (texto e imagem) que pode ser lida a todo o momento.

A atualidade produz tanto texto e tanta informação que daria inveja à descrição feita por Drummond em seu texto intitulado “O que você deve fazer”, publicado no livro “A Bolsa & A Vida”:

(Se for bom leitor de jornais e revistas, fiel ouvinte de rádio, obediente telespectador ou simples passageiro de bonde.)
 Consuma aveia, como experiência, durante 30 dias.
 Emagreça um quilo por semana sem regime e sem dieta.
 Livre-se do complexo de magreza, usando Koxkoax hoje mesmo.
 Procure nosso revendedor autorizado.
 Economize servindo a garrafa monstro de Lero-Lero. Ganhe a miniatura da garrafa de Lisolete.
 [...] (DRUMMOND DE ANDRADE, 2012, p. 69).

Essa constatação demonstra que a leitura é uma das formas de inserção social, pois “pessoas que não são leitoras têm sua vida restrita à comunicação oral e dificilmente ampliam seus horizontes por ter contato com ideias próximas das suas, nas conversas com amigos [...]”, afirma Grossi (2008, p. 3). Nesse sentido evidencia-se a importância do ato de leitura, que não se restringe somente a palavra ou a imagem e sim as múltiplas possibilidades de leitura do mundo e seus elementos.

Essa situação exemplifica a importância de uma escola de qualidade para formar cidadãos aptos a se comunicarem em múltiplas situações e plataformas, pois a contemporaneidade a linguagem está misturada em meios tão variados que acabam criando novos códigos e meios de comunicação.

Essa linguagem promovida pelas novas tecnologias pode se torna estranha ou incompreensível para pessoas de gerações formadas em um processo de leitura tradicional, isto é, aqueles que tiveram sua formação essencialmente nos textos impressos e adentraram em aplicativos e plataformas digitais. *Gadgets* que estruturam suas leituras de forma descontínua e misturam diversos elementos novos e adentram na linguagem de criação de *softwares*, causando muitas vezes a exclusão daqueles não letrados para o ambiente virtual. Caso semelhante ao que acontecia com os analfabetos no século passado em ambientes formais de trabalho, que exigiam um nível de escrita e leitura superior ao que essas pessoas dominavam.

Atualmente o acesso a livros, a filmes, séries, mídias, jornais e a informações nos mais variados formatos e pelos mais diferentes canais é algo extraordinário se

comparado a vinte anos atrás. Naturalmente sempre se produziu mais informações, no sentido genérico de algo para se ler, do que realmente o ser humano lia, esse é um caminho que se intensifica na contemporaneidade, mas não é algo desta geração. O que mudou drasticamente é o acesso que existe às informações produzidas, hoje é possível acessar conteúdos e canais diversos. Porém os textos produzidos são acessíveis, mas continua impossível ler tudo o que é escrito, especialmente com o volume produzido atualmente.

Isso gera um descompasso importante, pois, no sentido lato, o conceito de ter conhecimento de algo é obtido por meio da leitura de informações, sendo estas o suporte para gerar conhecimento. Esse processo é deformado diante da revolução que a tecnologia causou na produção de conteúdos, gerando uma dissonância entre o fascínio pela informação e o conhecimento gerado, não refletindo uma construção de conhecimento, ou seja, uma leitura que realmente produz sentido. “Uma das graves pragas modernas é a crença na informação. [...] A impressão é que, agora sim, saberemos de tudo e, sobretudo: o conhecimento *ready-made* nas pontas dos dedos” (ABRAMO, 1995, p. 3).

Naturalmente o acesso à informação na atualidade é muito mais significativo, todavia isso cria uma falsa sensação de que essa democratização está intimamente ligada à produção de conhecimento. Segundo Abramo (1995), é preciso cuidar com essa associação: mais textos, mais leitores, mais conhecimento e, assim, maior desenvolvimento da cidadania, pois as desigualdades sociais ainda promovem uma dificuldade nessa formação de uma sociedade mais equilibrada.

Nesse sentido a leitura não pode ser tomada como um ato de redenção da sociedade, capaz de salvar sozinha da miséria e ignorância, mas sim como um processo amplo e, requerendo valores prévios, representa o mundo e o leitor constituindo uma experiência formativa não só no aspecto cognitivo e sim fundamentalmente em uma ação cultural e histórica:

[...] a produção de leitura consiste no processo de interpretação desenvolvido por um sujeito-leitor que, defrontando-se com um texto, analisa, questiona, com o objetivo de processar seu significado projetando sobre ele sua visão de mundo para estabelecer uma interação crítica com o texto (INDURSKY; ZINN, 1985, p. 56).

As autoras apontam para uma perspectiva de que o ato de leitura, tradicional ou do hipertexto (tecnológicas), é um processo de interação entre o leitor e o próprio

texto que requer uma formação mais ampla que introduza o leitor num ambiente de consciência crítica que se forma como um repertório de leitura que o “sujeito-leitor” carrega e constrói sua formação intelectual, cultural, histórica e insere-se na sociedade.

A legitimação do leitor não é feita simplesmente pela qualidade do que ele lê e sim pela possibilidade de inserir-se nesse processo dialógico da leitura no qual é confirmado a partir habilidades adquiridas pelo leitor. Isso evidencia a importância, dentre as possibilidades de leitura, da leitura literária como um meio de integrar-se a relação do sujeito-leitor com a ficção/fantasia, fazendo-o interessar pelo assunto, pelo conhecimento, por um fato curioso, pela linguagem e etc..

Por essa razão verifica-se a importância do ato de leitura dentro do ambiente escolar e na formação desse leitor, especialmente com a introdução de textos literários que se pautam em elementos linguísticos que conduzem o leitor por caminhos que muitas vezes os textos ordinários/cotidianos não se preocupam, acostumando-os a práticas de leitura literária desde os anos iniciais. Segundo Frantz (2011, p. 15-16), há uma nítida diferença entre os alunos que são formados com práticas leitoras e aqueles que não têm o hábito da leitura, “percebia-se uma grande diferença entre um aluno-leitor-desde-o-princípio (pré-escola) e um aluno leitor-iniciado-tardiamente – nas séries finais do Ensino Fundamental ou do Médio – na maioria das vezes pressionado pelo vestibular”.

Consoante a autora, os alunos formados com práticas de leitura e que se tornam leitores extrapolam a forma mecânica de leitura, conseguem aprofundar o pensamento crítico e ter maior clareza em relação ao que foi exposto no texto. Dessa forma nota-se a importância do papel da escola, por conseguinte dos professores, na formação e inclusão de leitores na sociedade, promovendo esse processo desde os anos iniciais. Dentro desse universo de formação de leitores está reservado um espaço para a leitura literária, pois é “a chave que abre a porta de entrada principal que dá acesso ao mundo da leitura e a tudo o que ela pode nos proporcionar”, afirma Frantz (2011, p. 16-17).

A leitura na escola tem que ultrapassar o limite pragmático de ensino e adentrar em leituras diversas, fortuitas e que explorem a ficção, a realidade, o prazer, os sentimentos, os sonhos e etc., promovendo a leitura como forma natural e cotidiana, não presa estritamente ao universo escolar, pois o aluno deve ser

instigado a ser um leitor de literatura nas horas vagas, em sua profissão, em momentos de lazer, isto é, um ato contínuo.

Entende-se que esse ato contínuo promova o contato do leitor com textos cotidianos, literários e as múltiplas possibilidades que a tecnologia promove, constituindo com isso um leitor multi-conectado com textos multimodais.

O aluno formado para essa sociedade em constante transformação é o aluno formado para a sociedade do conhecimento, para a sociedade onde tudo se produz e reproduz em larga escala, onde o prefixo “hiper” se encaixa em quase todos os contextos de produção, especialmente no mercado cultural.

A escola não pode se furtar de trabalhar gradualmente essa realidade para com seus discentes, pois competências como selecionar, absorver, interpretar, reproduzir são fundamentais para a sua sobrevivência nos espaços de convivências social presencial ou virtual. Segundo Pocinho (2007, p. 1), “a complexificação da sociedade implica maiores exigências sobre os cidadãos e a consequente elevação dos critérios de literacia”, entendendo literacia como a capacidade de interpretar o mundo em suas múltiplas realidades. Desta forma é evidente a necessidade de valorizar a formação da Educação Básica no Brasil, pois constitui-se em um período de formação de alfabetização, letramento, inclusive o literário, e a formação de um leitor crítico, nomenclatura utilizada pelo INAF.

Em razão disso, as conquistas tecnológicas não podem ser ignoradas, pois são construções sociais, culturais e históricas que influem nas práticas de leituras realizadas hoje em dia, redimensionando essas ações a cada nova transformação que um recurso tecnológico impõe ao ritmo de vida cotidiano, promovendo constantes mudanças e alterações em um hábito secular de leitura que se perpetuou quase inalterado durante tanto tempo.

Pierre Lévy (1997) afirmou, imbuído pela popularização e pelos avanços tecnológicos, que as novas tecnologias desestruturaram as bases autoritárias que o livro e as enciclopédias haviam difundido ao longo da história humana, pois para o autor houve o culto ao saber prático e mítico que eram provenientes de sociedades ágrafas.

Com o domínio da escrita, o conhecimento foi para os livros que se tornaram a grande fonte de conhecimento e autoridade, vide livros religiosos ou clássicos; um outro momento foi quando a imprensa de Gutenberg possibilitou grandes produções, gerando as bibliotecas e as enciclopédias que se basearam na abstração do conhecimento e em sistemas totalizantes de ciência.

Na contemporaneidade a tecnologia e os hipertextos romperam com isso tudo e promoveram a desconstrução desses sistemas consolidados de produção de conhecimento, autoria de texto, autoridade sobre o conhecimento, gerando novas formas de leitura.

Nesse sentido Lévy (1997), entende que o hipertexto é uma forma ideal de construção de conhecimento e uma forma de sociedade não mais centralizada e edificada em um conceito totalizante. Mas nem todos os estudiosos dessa revolução tecnológica entenderam essas mudanças como uma forma positiva na formação de leitores. Segundo Simanowski (2014), a leitura de hipertextos e hipermídia estaria prejudicando diretamente a nossa capacidade de ler profundamente determinado texto, de discutir pormenores de temas mais complexos, pois enfraquece a atenção e a compreensão do leitor, assim a “virada da atenção profunda na direção da hiperatenção promovida pelas psicotecnologias modernas como videogames, arquivos de MP3 e o Facebook leva à atenção sem reflexão” (SIMANOWSKI, 2014, p. 201).

Diante dessas posições antagônicas, a pesquisadora Hayles (2012) aponta para uma conciliação entre a visão eufórica e a catastrófica, entendendo que o leitor contemporâneo tem que criar estratégias para desenvolver habilidades para ser um leitor competente nessa realidade, ou seja, o leitor se adapta ao novo modelo de leitura. Segundo Hayles (2012, p. 69), essas transformações evidenciam a necessidade que “tanto a atenção profunda quanto a hiperatenção possuem suas vantagens próprias”.

Entende-se hoje que a leitura, em seu sentido amplo, não é apenas uma habilidade secundária do cidadão contemporâneo, mas sim uma prática que se configura como valor social, cultural, laboral e de inclusão social. “Ler ou não ler, fazê-lo ocasionalmente ou com profusão, aumentar a capacidade de leitura entre a população, são aspectos que, na nossa hierarquia de valores, distinguem positivamente os indivíduos e a sociedade em que isto se passa” (SACRISTÁN, 2008, p. 88).

Assim a prática da leitura, especialmente a literária, é fundamental para o desenvolvimento cultural e social de um país, pois implica diretamente no seu desenvolvimento intelectual, cognitivo e na construção de valores como afirma acima o autor. Nesse entendimento a leitura é símbolo de inclusão em práticas sociais, entendimento tecnológico por parte do indivíduo e formação pessoal,

tornando-nos *sujeito-leitor*, afirma Sacristán (2008, p. 91), “somos o que lemos e como o fazemos”.

Ao refletir sobre a importância da leitura na sociedade atual é fundamental observar a importância da escola como entidade formadora dos novos leitores que ingressam na sociedade e discutir se as práticas realizadas contemplam a realidade tecnológica que se prefigura no século XXI. A escola atual não pode formar leitores desconectados da necessidade e ritmo impostos pelas tecnologias que geraram novas formas de produzir e consumir textos e literatura:

Ler textos que não sejam os escolares está relacionado com o êxito escolar. Esta associação pode dever-se ao apoio da força dos hábitos de ler fora e dentro das aulas, ou quiçá se produza esse efeito de acumulação de capitais culturais proporcionados pelos diferentes modos de ler (SACRISTÁN, 2008, p. 103).

Dessa maneira a leitura como uma prática fundamental para a sociedade moderna e entendida como uma habilidade de amplitude do desenvolvimento pessoal e social, não pode ficar restrita a práticas tradicionais que não contemplem as mudanças exigidas na contemporaneidade.

2.1 A IMPORTÂNCIA DA LEITURA E DA FORMAÇÃO DO LEITOR

Apesar de ser uma problemática fundamental na sociedade atual, a ação de ler não é algo simples, pois exige uma série de habilidades que precisam ser estabelecidas gradualmente e, principalmente, serem aprofundadas de acordo com a maturidade etária e cultural desse aluno/cidadão. Segundo Failla (2016, p. 20), “promover o acesso a narrativas e à ficção é possibilitar desvendar outras visões de mundo, outras percepções sobre o que é ser humano e seu significado”.

Uma das bases estatísticas que mede a eficiência de leitura no Brasil é a parceria da ONG Ação Educativa e o Instituto Paulo Montenegro que desde 2001 apresentam estudos para balizar os níveis de Alfabetismo da população brasileira de 15 a 64 anos. Inicialmente essa pesquisa era feita anualmente, mas a partir de 2007 as pesquisas foram realizadas com um espaço maior de tempo, pois “foram incorporados avanços metodológicos que permitiram a integração dessas duas dimensões num mesmo banco de itens e numa mesma escala de proficiência”, afirma

o Relatório de Resultados do INAF (Indicador de Analfabetismo Funcional), 2018 (LIMA; CATELLI JÚNIOR, 2018, p. 4).

A pesquisa abrange todo o território nacional e apresenta um panorama estatístico do Alfabetismo no Brasil por meio de entrevistas domiciliares, questionários com a Teoria de Resposta ao Item (TRI) e os cálculos de probabilidades.

A pesquisa, a partir de 2015, promovida pela ONG Ação Educativa e o INAF divide em dois grupos:

1. Analfabetos Funcionais, que compreende os níveis:
 - Analfabeto;
 - Rudimentar.

2. Funcionalmente Alfabetizados, que compreende os níveis:
 - Elementar;
 - Intermediário;
 - Proficiente.

A tabela oferecida por este relatório apresenta os resultados dos índices de Alfabetismo no Brasil com uma comparação entre os dados de 2001 a 2018, segundo INAF (LIMA; CATELLI JÚNIOR 2018).

Tabela 1 – Níveis de alfabetismo no Brasil conforme o Inaf (2001-2018)

NÍVEL	2001 2002	2002 2003	2003 2004	2004 2005	2007	2009	2011	2015	2018
Analfabeto	12%	13%	12%	11%	9%	7%	6%	4%	8%
Rudimentar	27%	26%	26%	26%	25%	20%	21%	23%	22%
Elementar	28%	29%	30%	31%	32%	35%	37%	42%	34%
Intermediário	20%	21%	21%	21%	21%	27%	25%	23%	25%
Proficiente	12%	12%	12%	12%	13%	11%	11%	8%	12%
Analfabeto Funcional	39%	39%	37%	37%	34%	27%	27%	27%	29%
Funcionalmente Alfabetizados	61%	61%	63%	63%	66%	73%	73%	73%	71%

Fonte: Elaborada pelo autor (2019), com base em Lima e Catelli Júnior (2018, p. 8).

Observa-se que os números, em uma visão cronológica, demonstram uma tímida melhora dos anos de 2001 a 2009 e depois uma estagnação e leve piora nos grupos de Analfabeto Funcional e Funcionalmente Alfabetizados, sugerindo o entendimento que nesse período a educação brasileira evoluiu muito pouco e/ou a educação de qualidade esteve restrita a poucos os que não tornam o problema menor em nosso país.

Outro dado interessante apresentado pelo relatório INAF (LIMA; CATELLI JÚNIOR, 2018) é a porcentagem de escolarização da população de 15 a 64 anos nesse período comparativo de 2001 a 2018, entendendo que houve transformações importantes como o aumento da população que ingressaram ou concluíram o Ensino Médio de 24% em 2001 para 40% em 2018; e no Ensino Superior um crescimento menor, mas ainda uma ligeira melhora de 8% para 17% no mesmo período já citada. Dados esses que indicam uma sensível elevação das pessoas que chegam à níveis mais exigentes do ensino formal, indicando uma sutil melhora na formação educacional no país.

Um contraste ainda amplo nesses dados é o número expressivo de 8% da população brasileira como analfabeto, sabendo que a população brasileira estimada em 2018 pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) foi de 208,5 milhões de habitantes, essa porcentagem corresponde a 16,68 milhões de habitantes, comparativamente um número superior ao total da população estimada no Estado do Paraná em 2018 pelo IBGE que foi de 11.348.937, sendo o 6º estado mais populoso do país. A porcentagem de pessoas que acessam ou terminam o Ensino Superior no Brasil está longe ainda do aceitável visto que, segundo a Eurostat – Gabinete de Estatísticas da União Europeia, no ano de 2017, 39,9% da população entre 30 a 34 anos concluíram esse nível educacional.

Esses dados são significativos para esta tese, pois evidenciam a importância que a educação formal tem na consolidação de alunos/cidadãos como bons leitores e indicando a necessidade evidente que ainda há de investimentos na educação nacional em todos os níveis.

Essa situação fica ainda mais clara com os números do INAF (LIMA; CATELLI JÚNIOR, 2018) que traça um perfil comparativo entre a escolaridade e os grupos de Alfabetismo.

Tabela 2 – Escolaridade por grupos de alfabetismo

Porcentagem (%)	Nenhuma	E.F. Anos Iniciais	E.F. Anos Finais	Ensino Médio	Ensino Superior
Analfabetos Funcionais	99%	70%	34%	13%	4%
Funcionalmente Alfabetizados	1%	29%	66%	87%	96%

Fonte: Elaborada pelo autor (2019), com base em Lima e Catelli Júnior (2018, p. 10).

Esses dados indicam de forma direta a relação que há entre aqueles que conseguem chegar ao Ensino Superior e atingem níveis de proficiência maior do que os que param de estudar no Ensino Fundamental, destacando a importância de uma formação científica e acadêmica consistente para o aluno, para a sociedade e para o país.

Em contrapartida a deficiência que a escola apresenta atualmente na manutenção dos alunos e em sua formação, é válido observar que dentro do grupo de Analfabetos Funcionais que não tem nenhuma formação (99%), 17%, apesar da não escolarização, atingem o subgrupo Rudimentar de Alfabetismo, isto é, usam a leitura e a escrita para atividades simples, isso indica que adquirem essa habilidade em contextos não formais (não escolares), como a família, na profissão, ambientes de lazer, afirma o relatório do INAF (LIMA; CATELLI JÚNIOR, 2018).

Esses índices revelam uma deficiência no sistema educacional brasileiro dos anos iniciais até a formação no Ensino Superior, indicando uma necessidade de repensar o papel da escola: “Mas transformar um país em um país leitor não é tarefa fácil e exige décadas de investimentos e ações efetivas e contínuas, orientadas por políticas e programas construídos pela sociedade e pelo governo”, afirma Failla (2016, p. 23).

Isso remete diretamente a questão levantada para esta tese: se as novas tecnologias que apontam para novas produções textuais cotidianas e literárias que exigem novas habilidades de leitura e escritas não estão inseridas nas práticas escolares, como há de formar um leitor competente no século XXI, será que os múltiplos gêneros textuais, especialmente os literários, estão sendo apresentados com as novas competências para a formação desses alunos para se inserem no contexto de transformações e exigências que as tecnologias promovem?

Essas dúvidas se adentram na importância que a leitura adquire na sociedade letrada, especialmente no contexto de tantas transformações que as novas

tecnologias desenvolveram na forma de utilizar a linguagem, escrita, oral, visual e artística na atualidade:

É a partir do texto, ser capaz de atribuir-lhe significação, conseguir relacioná-lo a todos os outros textos significativos para cada um, reconhecer nele o tipo de leitura que o autor pretendia e, dono da própria vontade, entregar-se a essa leitura, ou rebelar-se contra ela, propondo outra não prevista (LAJOLO; ZILBERMAN, 1982 *apud* GERALDI, 1985, p. 80).

Nesse sentido é possível afirmar que há uma grande faixa de pessoas que não tem condições de acessar proficientemente a leitura, em seu sentido mais amplo, considerando textos mais acessíveis e novas produções multimodais com mais exigências de leitura. Isso sem considerar os aspectos econômicos do que é produzido e comercializado por editoras, o alto valor dos livros no país; da linguagem publicitária e seus mais diversos recursos de comunicação atual. A constatação é de que a faixa de proficientes são apenas 12%, consoante o INAF (LIMA; CATELLI JÚNIOR, 2018), número esse que retoma, conseqüentemente, a necessidade de discutir a formação de leitores na escola do século XXI no Brasil.

Diante desse panorama, é imprescindível discutir o papel da escola atual e questionar se está formando os novos leitores para esse novo panorama de leitura, mediante o hipertexto, as novas plataformas de comunicação e as novas realidades digitais, já que o índice de analfabetismo funcional é ainda relevante e indica um índice de leitura básica insatisfatória. Deste modo não se pode tratar a leitura como um processo mágico e de adivinhações, e sim um processo crítico de construção de habilidades pessoais e sociais.

Conseqüentemente a leitura deve ser valorizada, pois é praticada nos mais diversos ambientes: profissional, familiar, escolar, ambientes públicos e privados, redes sociais, com textos cotidianos e literários. Naturalmente a escola ganha um peso histórico e institucional na formação desse leitor, todavia a responsabilidade na prática da leitura está intimamente relacionada ao contexto social dessa criança, por isso o estímulo dos professores, da comunidade e da família, em seu sentido lato, é fundamental nessa formação.

Segundo Vieira (2004, p. 6), “o leitor que se inicia no âmbito familiar demonstra mais facilidade em lidar com os signos, compreende melhor o mundo no qual está inserido [...]”. Entende-se com isso que a escola tem um papel único na

formação técnica do leitor, visto que deve fornecer condições/conhecimento para estimular a leitura e a interpretação, consoante Raimundo (2007, p. 109), “se à escola foi dado o objetivo de formar leitores, o professor é o principal executor desse projeto, e dele será o dever de apresentar o mundo da leitura ao aluno”. À vista disso, entende-se a importância da formação desse professor e de sua atuação pedagógica na mediação do conhecimento e nos estímulos à leitura, especialmente a literária.

Todavia os ambientes não formais de leitura (redes sociais, família, livros literários e etc.) também têm papel fundamental na prática de leitura e seu desenvolvimento, pois esses ambientes fortalecem o gosto pela leitura e promovem a inserção qualitativa dessa pessoa no universo letrado e principalmente nos dias atuais, a inserção no mundo digital de leitura. Nessa perspectiva vale ressaltar que a leitura está atrelada à formação acadêmica, mas ela é uma habilidade social que extrapola os muros físicos da escola, lembrando o conceito de Freire (1992, p. 11), afirmando que “a leitura do mundo precede a leitura da palavra, daí que a posterior leitura desta não possa prescindir da continuidade da leitura daquele”.

Não há dúvidas de que a mediação, quando promovida pelo professor, pelo bibliotecário, pela família, por um voluntário ou outro agente leitor é poderosa no despertar do interesse pela leitura. Os dados da pesquisa [Retratos da Leitura] não questionam essa verdade, mas sim apontam para o número de brasileiros que não tiveram a oportunidade de encontrar alguém – na sua escola, na sua família, e até na biblioteca que algum dia frequentou – que lhe oferecesse um livro; que convidasse para uma roda de leitura; que lesse para ele; que o presentearasse com livros; ou, ainda, que perguntasse o que achou de um livro que indicou para ler (FAILLA, 2016, p. 25).

Esses desafios de formação de leitores se intensificam ao observar a leitura literária, pois ela impõe um grau de exigência interpretativa que muitas vezes um texto cotidiano não apresenta, por isso esse contato instigador e desafiador é que promove a emancipação crítica desse aluno, cidadão, por se tratar de uma prática que desafia cognitivamente de forma constante o leitor, portanto a leitura literária impõe exigências mais complexas que devem ser inseridas e não reprimidas no universo escolar e familiar, visto que “[...] amadurecimento do leitor que, na inevitável interação com os múltiplos elementos de práticas mais complexas de

leitura, rompe restrições, libera-se da tutela, enfim, alcança a emancipação possível” (LAJOLO; ZILBERMAN, 1998, p. 311).

A emancipação citada por Lajolo e Zilberman (1998) aponta para uma formação leitora significativa para oportunizar que o aluno deixe o espaço escolar, porém não abandone a leitura, o que ocorre muitas vezes, pois o aluno lê exclusivamente na escola por curiosidade, necessidade gerada pelo sistema de avaliação ou porque a leitura é feita por um mediador, mas isso não promove a independência desse leitor do contexto educacional. Com isso ele deixando o ambiente formativo, também deixa o ato da leitura, não se torna um leitor crítico e curioso por outras e diversas leituras.

À vista disso é relevante entender que nesse processo de formação do leitor, no sentido amplo da palavra, é um momento que engloba ambientes educacionais formais e não formais, pois a prática de leitura não está inserida somente na escola, sendo necessário formar um leitor para a vida e não para uma avaliação/prova.

A leitura na escola atual não pode ser igual a do século passado, onde a leitura literária “é feita por imposição do professor, sem levar em conta as tendências pessoais dos alunos, suas preferências e expectativas” (FARIA, 1995, p. 35). Fortalecendo um vínculo de leitura “certa” e “errada”, servindo apenas para uma constatação de que o aluno leu, “voltadas para a identificação ou classificação de dados, servindo de simples confirmação da leitura feita” (COSSON, 2011, p. 22).

Segundo Papert (1997 *apud* SOUSA, 2016, p. 1), diante da tecnologia “precisamos adquirir habilidades necessárias para participar da construção do novo ou então nos resignarmos a uma vida de dependência”, pois a formação dos alunos está inserida dentro de um mundo tecnológico, buscando novas formas de “aprender a solucionar problemas” e não reproduzir modelos e respostas certas e consolidadas para contextos de tempos anteriores. Evidenciando o quanto modelos escolares não estão formando alunos, nativos digitais com conceitos, estímulos e métodos analógicos:

O currículo, no sentido de separar o que deve ser aprendido e em que idade deve ser aprendido, pertence a uma época pré-digital. Ele será substituído por um sistema no qual o conhecimento pode ser obtido quando necessário. Qualificações serão baseadas no que as pessoas tiverem feito, produzido. Muito do conteúdo do atual currículo é conhecimento de que ninguém precisa ou é necessário apenas para especialistas (PAPERT, 1997 *apud* SOUSA, 2016, p. 1).

O autor tem uma postura crítica que indica o quanto é preciso mudar a formação dos nativos digitais na escola, pois afirma que “devemos dar a chance de as crianças apontarem suas necessidades de aprendizado” (PAPERT, 1997 *apud* SOUSA, 2016, p. 1), pois a aprendizagem está cada vez mais fora dos ambientes escolares. Entendendo que as mudanças são inevitáveis, “acredito que daqui a algo entre cinco e dez anos os educadores de todo o mundo aceitarão a ideia de que precisamos de transformações radicais”, afirma Papert (1997 *apud* SOUSA, 2016, p. 1).

A formação de leitor no século XXI deve contemplar as práticas sociais, pessoais e profissionais que seu contexto estabelece, promovendo um leitor que seja crítico e independente do ambiente escolar, tornando-se, desse modo, um leitor literário apto para as novas possibilidades que a tecnologia proporciona na produção literária.

2.2 A LEITURA LITERÁRIA NA ESCOLA

Entende-se a escola como um espaço de emancipação, no qual os recursos e metodologias aplicadas no processo formativo do aluno implicam diretamente em resultados positivos ou negativos na formação discente. Por isso a instrumentalização dos professores em relação às novas tecnologias é fundamental para que esse processo seja significativo e contextualizado com a realidade do século XXI.

A principal contribuição do ensino da literatura é, pois, a contribuição na formação crítica das pessoas tendo em vista uma construção de sociedade. Mas há outros: o ensino da literatura é uma ocasião para se debater sobre a diversidade social e cultural e também para entrar em debate filosófico; é ainda uma ocasião para a formação linguística, pois se manifestam as múltiplas possibilidades de estruturação e reestruturação dos recursos da língua a serviço da atividade comunicativa ou discursiva. Segundo Failla (2016, p. 23), “a valorização da leitura no imaginário da população conscientiza sobre o direito que todos têm de serem leitores plenos”. Dessa forma, o ensino da literatura na escola deve propor uma concepção dinâmica e pluridiscursiva do texto literário, estimulando sensações, tendências, debates, procedimentos conceituais e capacidade discursiva.

O ensino da literatura na educação básica tem por princípio a formação de leitores. Contudo muitas vezes os alunos leem obrigados, não chegam a tornar-se leitores autônomos porque a leitura literária não foi incorporada como prática cotidiana. Nesse sentido é importante lembrar que ato da leitura literária não é papel exclusivo da escola, mas sim uma ação cultural conjunta que depende tanto da sociedade quanto das instituições culturais e políticas:

Outra informação importante é que a influência da família, em especial da mãe, é mais percebida do que a influência do professor. Esse outro olhar sobre os números da pesquisa, para além daquilo que já conhecemos, pode ser mais revelador. [...] É possível que um professor ou bibliotecário tenham tido papel muito importante na formação de algum desses leitores, mas, por algum motivo que merece ser mais bem investigado – pois pode estar nos dizendo como deve ser essa mediação –, a pessoa influenciada não identificou isso (FAILLA, 2016, p. 26).

A importância da leitura no ambiente escolar e fora dele é perceptível na formação total de um aluno, as possibilidades exploradas pela literatura produzem um leitor/cidadão crítico, com uma visão ampla da realidade e com uma capacidade de ler e interpretar o mundo ao seu redor.

Segundo Averbuck (1988, p. 67), na “possibilidade de expansão do próprio real reside, pois, o cerne do caráter libertador da poesia, sua natureza de móvel da capacidade de associação, de livre fluxo da fantasia, de elemento condutor de camadas do inconsciente, capaz de enriquecer a vida interior do leitor”. Segundo a autora, isso acontece pela alta carga de conotações do texto, pois sempre há uma busca de sentidos e ressignificações e isso estabelece um jogo de busca em cada leitura que amplia o universo de leitor diante das várias possibilidades de leitura que o texto literário/poético propõe ao leitor.

Nesse contexto percebemos que a literatura na infância e adolescência pode ser fundamental para o desenvolvimento de um leitor e um cidadão equilibrado, pois o ritmo, o som, as palavras, os significados constituem uma maneira fundamental para o desenvolvimento do ser, no ato de respirar, no ato de aquisição e aprimoramento da fala e estruturas de acentos, na possibilidade do domínio dos vocábulos:

Por esta via, se a poesia pode desenvolver a personalidade, formar o gosto e a sensibilidade, possibilitar à criança o falar e o

conhecimento do próprio “eu”, ela auxilia a compreensão da comunicação do irracional e do incomunicável, funcionando como “antídoto” em uma civilização urbana e técnica. O desenvolvimento do gosto da beleza, de um gosto pelo ritmo, e o jogo da linguagem asseguram, assim, seu domínio e levam à consciência ao mesmo tempo libertadora e lúdica da linguagem, à descoberta de níveis da língua e do real (AVERBUCK, 1988, p. 69).

É notoriamente claro que os objetivos da escola e da literatura não são sempre os mesmos, mas seus caminhos se cruzam e produzem aspectos favoráveis e desfavoráveis para ambas as instituições. A Escola tem uma obrigação acadêmica e didática de formar o aluno com princípios, valores e conceitos sociais, culturais e educacionais que a literatura não tem, pois ela não tem a obrigação de ensinar boas maneiras, bons valores e a boa linguagem. Por essas divergências há muitas vezes um choque entre os interesses Escolares e a expressão artística literária, gerando algumas contradições de concepção formativa, pois o Ensino Básico tem como objetivo formar o leitor crítico, um leitor global.

Diante dessa necessidade de formar um leitor crítico é que a leitura literária deve estar presente na sala de aula, no processo de ensino-aprendizagem isso produz um ambiente escolar mais aberto e inovador, construindo um significativo repertório na formação do leitor crítico na Escola.

A formação do leitor literário no estudo das estruturas narrativas, formas poéticas, a história pregressa da literatura, visões críticas de análise, aprofundamento de novos estudos e pesquisas está atrelado ao Ensino Superior, especificamente ao curso de Letras, pois a literatura não é simplesmente um caminho pedagógico de formar nos moldes escolares, uma vez que aquela privilegia a liberdade, a reflexão, o aprofundamento de discussões, questionamentos de valores, hibridismo de formas e tendências, promovendo uma formação mais profunda e específica para a formação do leitor literário.

A transformação que a tecnologia promoveu na sociedade atual é grande, impactando também no universo escolar, porém é imprescindível destacar que toda essa tecnologia é uma ferramenta a mais que legitima o processo de ensino-aprendizagem, pois valoriza o contexto tecnológico da nossa sociedade vive. Contudo a mediação do professor ainda é necessária e atua na formação de um aluno crítico e autônomo, entende-se assim que a tecnologia não é a solução tangível para todas as mazelas educacionais existentes no país, e sim mais uma

ferramenta: “[...] o computador deverá desempenhar, na escola, o mesmo papel que tem na sociedade: o de mediador nas relações sociais. Será muito pobre um uso que se restrinja a repassar conteúdos e informações aos alunos” (MARINHO, 2002, p. 42).

Assim a tecnologia deve ser uma das formas de instigar, demonstrar e incentivar o aluno a adentrar no universo do conhecimento, da pesquisa, dos experimentos, aproximando realidades e contextos antes muito distantes, pois “o processo de ensino-aprendizagem pode ganhar assim um dinamismo, inovação e poder de comunicação inusitados”, afirma Mercado (2002, p. 1).

A internet e as ferramentas tecnológicas possibilitaram um intercâmbio cultural e cooperação entre escolas, universidades e pesquisadores que socializaram e democratizaram o conhecimento acadêmico. Isso permite que lugares isolados se comuniquem e produzam conhecimento com grandes centros educacionais, isto é, escolas periféricas que tenham uma estrutura básica de computadores e acesso à internet e que podem interagir com outras escolas de centros maiores do Brasil e do mundo, rompendo barreiras físicas, econômicas e geográficas que as isolavam.

O acesso a bons autores e obras icônicas da literatura regional, nacional e mundial não se restringem ao acervo de bibliotecas de grandes cidades, mas isso pode ser feito diretamente na internet em sites que disponibilizam essas obras em versões digitalizadas, em *audiobooks* e outros formatos, oportunizando a sua leitura no computador, *tablets*, *smartphones* e até na forma impressa.

Um bom exemplo disso é o site do governo brasileiro *Domínio Público*⁸ que disponibiliza um acervo de livros, vídeos, imagens de diversas disciplinas. No caso da literatura, é possível acessar todas as obras produzidas no Brasil até o século XIX e também outras obras de autores estrangeiros:

A interação proporcionada por softwares especiais e pela internet, por exemplo, permite a articulação das redes pessoais de conhecimentos com objetos técnicos, instituições, pessoas e múltiplas realidades para a construção de espaços de inteligência pessoal e coletiva (KENSKI, 2003, p. 51).

⁸ Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br>. Acesso em: 8 ago. 2019.

A internet e suas ferramentas potencializam o acesso a obras artísticas e literárias que em pouco tempo atrás era acessível somente a alguns poucos pesquisadores e/ou moradores de um grande centro com uma biblioteca de acervo relevante.

Outras iniciativas que demonstram esse poder e democratização do acesso a literatura é o *Projeto Gutenberg*⁹ que é o primeiro, fundado em 1971, com esforço em digitalizar livros e formar uma biblioteca digital, o que conta hoje com 38 mil livros eletrônicos gratuitos; outro exemplo é o *Google Books* que ganhou na justiça em 2013 o direito a digitalizar 20 milhões de obras disponíveis nas bibliotecas dos Estados Unidos.

Essas ferramentas e possibilidades de acesso a livros digitalizados não podem ser ignorados no processo de formação escolar, pois são possibilidades de utilizar essas ferramentas que podem potencializar a aprendizagem escolar. Enquanto o texto impresso está ligado a matéria que o constitui, com um preço específico e determinado para seu consumo, o texto digital se molda a diferentes plataformas e recursos que podem ser utilizados de acordo com os materiais existentes na escola ou na casa de um aluno, pois são códigos numéricos que transitam para diversos meios, assim podem ser acessados, armazenados e comercializados com maiores facilidades. Isso não retira o custo da aquisição do suporte para acessar esses materiais (computador, *notebook*, *tablet*, celular e etc.), todavia torna-se mais dinâmico e versátil.

2.3 OS RECURSOS MULTIMODAIS APLICÁVEIS NA LEITURA LITERÁRIA NA ESCOLA

O contato do leitor em período escolar com a literatura deve-se antes ao universo de histórias contadas, encenadas e, posteriormente, lidas. O jogo que as palavras ocasionam em um poema, a narração de uma cena significativa cria um vínculo afetivo que se traduz em uma brincadeira de ouvir, repetir e significá-las. Isso acontece devido à, segundo a teoria do Formalismo Russo, linguagem literária não ser referencial, pois ela possibilita diversas interpretações, criando fantasia, modificando significados, explorando níveis linguísticos mais densos.

⁹ Disponível em: www.gutenberg.org. Acesso em: 8 ago. 2019.

O texto literário dá livre acesso à fantasia e ao mundo maravilhoso que está presente no cotidiano da criança:

Isso acontece pela alta carga de conotação do texto, toda leitura de poesia é um ato de recriação. Ler o poema é, necessariamente, buscar um (dos) sentido (s). Este exercício realizado em cada leitura, comporta a possibilidade de participação no texto do outro, pelo duplo jogo do receber e do refazer o texto, forma de ampliação de um universo (AVERBUCK, 1988, p. 69-70).

O despertar para uma sensibilidade e criatividade também são estimulados dentro do universo das palavras que fazem as crianças serem capazes de inferir, associar, imaginar significados de vocábulos, de situações e imagens. As sensações evocadas pela poesia são importantes para despertá-lo da sensibilidade infantil, pois podem mobilizar muitos dos seus sentidos.

O ritmo de uma poesia, estratégias narrativas são elementos importantíssimos no desenvolvimento infantil por promoverem atividades corporais, entendimento de estruturas da linguagem, controle da respiração, aprimoramento linguístico e outras atividades que contribuem para um aprendizado corporal e mental do indivíduo. O ritmo pode ser dado pelos olhos, que vão seguindo as linhas, pela voz, ao falar, ou pelo corpo, que se movimenta seguindo a cadência dos versos ou de um parágrafo.

Um exemplo de brincadeira que é encontrada na poesia dentro são os trava-línguas que produzem uma sonoridade com consoantes oclusivas deixando o poema cheio de pontos nos quais há dificuldades de se pronunciar as palavras, nas narrativas a exploração das variedades regionais com suas diversas formas de pronúncia e entonação também demonstram um rico entretenimento para leitores infantis e juvenis em período escolar.

As rimas são recursos que se relacionam à sonoridade, construindo junto ao ritmo uma sonoridade, uma melodia que pode incentivar a leitura de poesia por associar sons e ritmos a canções já conhecidas, há palavras novas e desafiadoras e outras já assimiladas, construindo assim momentos prazerosos. A caracterização dos personagens, a construção sutil de uma cena narrada, o sutil detalhe de uma personagem que é chave para a trama, a brincadeira com a ordenação dos fatos a serem contados explora um universo de possibilidades magníficas para a criança e para o adolescente.

O sonho é um aspecto fundamental na literatura infantojuvenil, pois existe uma identificação da criança com o texto ao ver seus anseios expressos dentro do poema e da narrativa, reforçando o jogo lúdico dentro do universo da criança, assim destacando principalmente as emoções e os sentimentos que a criança já viveu ou deseja viver. A emoção presente no texto poético lhe desperta sensações e a faz refletir sobre sonhos adormecidos.

Zilberman (2005) afirma que a presença de personagens infantis e juvenis na poesia e narração é um fator relevante e cumpre o papel destinado ao texto literário a que Candido (1972) chama de função humanizadora da literatura, pois, a se ver retratada, a criança e o adolescente passam a compreender e analisar situações de sua vivência, e o texto literário apontam-lhe novas maneiras de perceber e resolver seus dilemas.

Experiências pessoais, familiares e sociais que adentram no universo da escola e que podem ser discutidas por meio da literatura, não como único fim e valor absoluto, mas sim como um contato com realidades literárias múltiplas que dialoguem com a realidade, questionando, refletindo, afirmando valores, práticas e conceitos.

Outra situação relevante é a não exclusão de temas abstratos, de teor filosófico ou mais denso, como a morte, a transitoriedade das coisas e do tempo, o questionamento da identidade e valores, aspectos fundamentais para a formação pessoal e cidadã desse leitor. Isso faz parte das temáticas que a literatura explora em diversos livros por diversos autores, tendo como ponto expressivo que isso esteja dentro do planejamento escolar.

Segundo Bordini (1986), a criança ou adolescente percebe, de sua maneira, que o seu modo de pensar, seus problemas, seus sonhos e fantasias também se relacionam com o mundo da poesia, da narração e do teatro. Por isso, não existem temas filosóficos, de morte, da efemeridade do tempo, de questionamentos que devem ser deixados de lado para crianças em período escolar por serem mais complexos ou substanciais. É nesse sentido que a literatura Infantojuvenil bem mediada em sala de aula pode ser decisiva para a formação da criança/adolescente em relação a si mesma e ao mundo à sua volta. O maniqueísmo que divide as personagens em boas e más, belas ou feias, poderosas ou fracas, etc. facilita à criança a compreensão de certos valores básicos da conduta humana ou convívio social. Tal dicotomia, se transmitida através de uma linguagem simbólica, e durante a

infância, não será prejudicial à formação de sua consciência ética. O que a literatura para crianças e adolescentes deve proporcionar é uma possibilidade do leitor viver a sua fantasia e se deparar com realidades que o faça pensar, como afirma Candido (1972).

Nota-se que a literatura, com a fábula, os mitos, as narrativas, as poesias, os dramas e as lendas, tem linguagem metafórica que se comunica facilmente com o pensamento mágico, criativo e reflexivo das crianças e adolescentes. Desde as formas populares, como as quadrinhas, cantigas de roda até formas clássicas como o soneto, ode, até as narrativas mais complexas são fenômenos literários que trazem ao mundo infantojuvenil experiências singulares por meio de uma linguagem, estrutura e estética que podem iniciar a criança e conduzi-la ao longo da vida a uma bagagem no universo literário.

Todavia tudo isso se constituiu por muito tempo como algo atrelado ao texto impresso, realidade que o presente trabalho vem apresentando com indicações notáveis da transformação que a tecnologia promove na realidade atual. Ao verificar que o contexto de produção, consumo e os leitores mudaram, é salutar entender as mudanças que essas produções direcionadas a crianças e adolescente sofreram.

Apontando dessa forma que a escola como local de formação linguística, literária e cultural, deve estar atenta às novas dinâmicas sociais, práticas de leituras, e adequá-las ao contexto escolar. Nessa perspectiva o ensino de literatura também no contexto escolar sofre interferências diante do novo contexto tecnológico e multimodal que essas ferramentas proporcionam, sendo uma ferramenta de mediação e não simplesmente uma forma subutilizada de apenas usar a tecnologia em práticas antiquadas àquelas ferramentas, como comenta Lollini (2001, p. 51), “devemos aprender a guiar o computador sem nos tornar mecânicos. Devemos também saber quando usá-los e por quê”.

Isso implica em afirmar que a tecnologia e seus recursos devem potencializar, instigar e fomentar o pensamento crítico na escola, ou seja, essa nova forma de mediação que Marinho (2002) afirma que o computador exerce na sociedade e não uma subvalorização de suas funções em uma prática tradicional. Esse contexto deve dinamizar o processo de ensino-aprendizagem e fortalecer o uso adequado da tecnologia em sala de aula.

Um ponto interessante dessa interação de recursos multimodais com a escola e especialmente com a disciplina de literatura na educação básica é a possibilidade

de discutir uma obra, um conceito, uma ideia não apenas baseada na fala do professor, do livro didático, mas sim em adentrar em diversas fontes, materiais e críticas que pluralizam o debate, fomentando com isso uma pluralidade e uma visão global sobre determinado assunto e como aquilo está sendo discutido no mundo naquele momento. Como afirmam Coelho Neto e Imamura (2014, p. 1), “a junção destes recursos no processo de ensino-aprendizagem trará ganhos a todos os envolvidos, além de preparar os discentes para a utilização de ferramentas computacionais com as quais terão contato permanente durante toda sua vida acadêmica e profissional”, constituindo um suporte a mais para construir o repertório de leitura e o leitor crítico no ambiente escolar:

Há um campo enorme de possibilidades de comunicação entre pessoas, grupos pequenos e grandes na educação e na vida. Há tecnologias de comunicação instantânea, em tempo real e tecnologias de comunicação flexível, livre, em que cada um se expressa quando o acha mais conveniente e que podem ser muito úteis na comunicação escolar (MORAN, 2013, p. 38).

Partindo do princípio que essas novas ferramentas já são uma realidade e não uma promessa, que as crianças e jovens já as usam é relevante entender que elas podem ser incorporadas às práticas cotidianas da escola, promovendo, dentro dos objetivos acadêmicos, novas formas de atingir os resultados educacionais, incluir a tecnologia na escola como um método de ensino.

Dentro do universo tecnológico, dos objetos mais simples até os mais complexos, alguns itens já são comuns em diversas escolas e suas realidades, como:

- Televisão;
- Computador;
- Projetor multimídia;
- Lousa digital;
- Notebook;
- Câmera fotográfica, objeto autônomo ou dentro de outro aparelho como um *smartphone*;
- Scanner.

Já no universo não físico da internet, há uma infinidade de aplicativos com funções específicas que podem ser usadas na escola para promover o ensino-aprendizagem, configurando ferramentas interessantes. É possível listar algumas:

- A computação em nuvem: recurso que permite arquivar diversos materiais para professores e alunos e que podem ser acessados de qualquer dispositivo que tenha acesso à internet;
- Guten: um portal que disponibiliza notícias atuais e direcionadas ao público infantojuvenil aliada às atividades direcionadas que geram relatórios sobre os níveis de leitura dos alunos;
- Geekie Games: são jogos, videoaulas, simulados, plano de estudo que preparam o aluno para determinadas provas e concursos escolares;
- Redação Nota 1000 ENEM: aplicativo que faz a correção e apresenta conteúdo para os alunos que irão prestar o ENEM;
- AppProva: voltado ao segmento de formação para o ENEM por meio de jogos e simulados e também para Universidades, incluindo treinamentos e testes;
- CDF: o Clube Desafio Futura é um jogo com perguntas e respostas adaptável ao universo escolar;
- Escola Digital: um portal para Gestores escolares, Professores e alunos que conta com mais de 25 disciplinas e conteúdos para auxiliar a formação da tríade apresentada.
- Podcast: gravação e edição áudios que podem ser utilizados como áudio digital acessado via web;
- Youtube: com vídeo aulas direcionadas pelo professor.
- Google for education: são diversos produtos Google direcionados a educação oferecida, em sua maioria, aplicada à língua inglesa.
- Microsoft na Educação: são diversos produtos Microsoft direcionados a educação, em sua maioria aplicada a língua inglesa.

Ainda na área educacional, todavia enxergando a importância da leitura na formação do aluno e especialmente a leitura literária, há diversos *gadgets*, aplicativos e recursos virtuais que podem potencializar esse processo na escola e fora dela. Alguns exemplos são:

- Leitor de Ebook: aplicativo para o sistema android, disponibiliza diversos livros para serem adquiridos e, além da leitura, sistematiza outras opções de leitura, faz grifos no texto, indica onde o leitor parou na última leitura e possibilita o armazenamento off-line.
- Google Play Livros: uma verdadeira loja virtual de *ebooks* que disponibiliza uma infinidade de títulos que são organizados por temas, autores e épocas. Também pode ser acessado off-line após a compra.
- iBooks: dispositivo exclusivo para o sistema IOS, disponibiliza uma gama enorme de *e-books* para serem consumidos, ofertando também oito fontes diferentes e quatro cores de tela para que o leitor se sinta confortável.
- Aldiko: possui uma ampla rede de livros em diversas línguas (português, inglês, francês, italiano, alemão, entre outras), muitas obras estão disponíveis de forma gratuita e também possibilita uma personalização de fontes e cores de tela.
- Amazon Kindle: uma das precursoras na promoção dos *e-books* e *e-readers* com seu aparelho e aplicativo Kindle, por isso oferece serviços exclusivos como sincronizar obras que estão sendo lidas no *smartphone* e no aparelho Kindle, sugestões de outros livros de acordo com seu perfil de leitura, além oportunizar a leitura em diversos suportes.
- Bookari: aplicativo que possibilita a leitura de diversos livros, literatura, livros técnicos e escolares no formato que se adequa ao gosto do leitor, possibilitando a pesquisa de termos durante a leitura.
- Kobo: aplicativa que destaca os livros literários gratuitos, podendo personalizar a leitura e permite que o leitor compartilhe frases, notas e pensamentos presentes nos livros com outras plataformas.
- Moon+Reader: disponível somente para o sistema android, possibilita o acesso a diversas plataformas de leitura e organiza títulos já lidos, os que pretende ler de forma prática e de fácil entendimento, montando uma verdadeira biblioteca.
- Pocket Book Reader: organiza os títulos selecionados em pastas, no momento da leitura é possível adaptar tamanho da fonte, pesquisa de termos e destacar passagens que o leitor ache relevante.

- eReader Prestigio: disponibiliza livros gratuitos e títulos pagos, oferecendo ferramentas de personalização de leitura e a possibilidade de acessar off-line os arquivos.
- Minha Leitura: aplicativo que tem como diferencial organizar as leituras para seus leitores, especialmente aqueles que leem mais de um título por vez, possibilitando cadastrar livros, organizar as leituras por datas ou por número de páginas, lembrando o leitor por notas de seu horário de leitura e de seu cronograma.
- Audible: dispositivo da Amazon que tem uma quantidade enorme de áudio books que podem ser ouvidos no trânsito, durante uma caminhada e outras situações.
- Colorfly: aplicativo que traz uma série de desenhos para serem coloridos de forma digital, muito semelhante aos livros para colorir impressos só que no ambiente virtual.
- Colorama: semelhante ao Colorfly, livros para colorir, porém direcionados para crianças.
- Itaú Crianças: aplicativo que apresenta diversas histórias infantis animadas, coloridas e com som para mexer com o universo lúdico da criança.
- ABC do Bitá: dispositivo com jogos, interações e estímulos para o aprendizado do alfabeto.
- PalmaKids: um programa de alfabetização em língua portuguesa e inglesa por meio de atividades audiovisuais e jogos que estimulam as crianças.

Além dessa grande possibilidade de aplicativos de leitura existem também alguns grupos virtuais de leitores, gratuitos e pagos (valores entre R\$ 39,90 a R\$89,90), que possibilitam a troca de experiência em leituras literárias, a seleção e curadoria de títulos para determinados leitores, além de brindes e eventos para esses grupos leitores. Alguns exemplos são: Skoob, Goodreads, TAG, Leia Mulheres, Expresso Letrinhas, Leiturinhas e etc..

Existem diversas ferramentas e possibilidades de aplicarem esses recursos na sala de aula e fora desse ambiente, na formação crítica do aluno e no processo

de leitura literária, como já citado no capítulo anterior os projetos gratuitos *Domínio Público*¹⁰ e o *Gutenberg*¹¹, ambos disponibilizam diversos livros e materiais culturais:

O conhecimento acontece quando faz sentido, quando é experimentado, numa sociedade conectada e multimídia, edifica-se melhor no equilíbrio entre atividades individuais e grupais, com muita interação e práticas significativas, refletivas e aplicadas. O conhecimento constrói-se de constantes desafios, de atividades significativas, que excitam a curiosidade, a imaginação e a criatividade (MORAN, 2007, p. 45).

Nesse ambiente de multivalências das ferramentas digitais, de uma geração nativa nesse universo e de pluralidade educacional, é fundamental, como afirma o autor supracitado, um equilíbrio que promova “práticas significativas” e desafie esse novo aluno com as ferramentas contemporâneas, pois “com as tecnologias, podemos flexibilizar o currículo e multiplicar os espaços, os tempos de aprendizagem, e as formas de fazê-lo”, explica Moran (2007, p. 45).

Promovendo, na escola e fora dela, um processo de leitura que não fique cristalizado nas práticas leitoras do século XIX e XX, mas sim ampliem, diante da tecnologia existente e das plataformas apresentadas, outras formas de apresentar a leitura literária para os alunos em processo de formação do seu gosto e do desenvolvimento de habilidades de interpretação, compreensão e criticidade, tão fundamentais para o seu desenvolvimento:

Os docentes podem utilizar os recursos digitais na educação, principalmente a internet, como apoio para a pesquisa, para a realização de atividades discentes, para a comunicação com os alunos e dos alunos entre si, para a integração de grupos dentro e fora da turma, para a publicação de páginas web, blogs, vídeos, para a participação em redes sociais, entre outras muitas possibilidades (MORAN, 2013, p. 36).

Facilitando, dessa forma, a construção de um ambiente escolar que valorize os alunos nativos digitais e promova uma integração entre as práticas já realizadas pelos professores/mediadores e acrescente novas formas de interagir com o livro e a leitura na sala de aula, promovendo uma educação formativa e significativa.

¹⁰ Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br>. Acesso em: 8 ago. 2019.

¹¹ Disponível em: www.gutenberg.org. Acesso em: 8 ago. 2019.

3 A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NO MERCADO EDITORIAL

Diante de uma nova realidade social, impregnada de tecnologia a ato de leitura ainda é uma prática que permeia as mais diversas camadas sociais e plataformas de leitura, isto é, o fascínio da literatura ainda passa pelos leitores do livro físico, do *e-book*, da literatura clássica e das formas inovadoras de arte:

De fato, a leitura é jogo de espelhos, avanço especular. Reencontramos ao ler. Todo o saber anterior – saber fixado, institucionalizado, saber móvel, vestígios e migalhas – trabalha o texto oferecido ao deciframento. [...] A *biblioteca* cultural serve tanto para escrever quanto para ler. Chega mesmo a ser, creio eu, a condição de possibilidade da constituição do sentido (CHARTIER, 1996, p. 115).

Essa possibilidade de construir sentidos dentro da leitura causou ao longo da história e ainda causa uma imagem errônea da literatura, como: a leitura é alienadora, ler é perigoso, ler aproxima pessoas, etc. Zilberman, no livro “Fim dos livros, fim dos leitores? (2001), explora essas ideias, concebidas com certo misticismo, que acompanham o processo de leitura, um bom exemplo é o livro “Dom Quixote” (2002), de Miguel de Cervantes, que adentra no universo da fantasia, do jogo lúdico, da crítica, mas não da alienação, entende-se pois que “capacitando o ser humano a pensar e agir com liberdade, ainda que mediado pela fantasia e pelo imaginário, a leitura sinaliza o perigo para as sociedades ou indivíduos autoritários”, afirma Zilberman (2001, p. 38).

É diante dessa ruptura e não alienação que a literatura propicia um tipo oportunidade de compreensão do mundo. Jauss (1994, p. 150) afirma que “a experiência da leitura pode libertá-lo (leitor) de adaptações, prejuízos e apertos de sua vida prática, obrigando-o a uma nova percepção das coisas”.

A leitura se configura como parte essencial no processo total de produção e consumo, pois é ela que atribui sentido ao texto de forma a dimensioná-lo como um produto a ser adquirido. Nos tempos contemporâneos, essa ideia de mercado cultural é cada vez mais aceita como um fato natural, como explica Wellershoff (1970, p. 44), “todos sabemos que uma obra literária é também uma mercadoria e que o escritor vende ao editor, o editor ao livreiro, o livreiro ao público”.

O mercado literário atrelado à internet é um fenômeno tão abrangente que é impossível nos dias atuais separá-lo da prática cotidiana de muitas pessoas no mundo inteiro. Isso produz uma nova forma de ler, de encontrar arte e conectar-se a ela, um novo universo cultural e mercadológico. Tudo isso, tem influenciado a produção, o consumo, a interação entre autor, mercado e público.

Essa nova interação é que gera esse novo modo de ler mais intensificado com as ferramentas apresentadas no mundo virtual. Pois existe aí a possibilidade do autor e leitor conversarem em tempo real, do leitor interagir com o material do site, apresentar a sua opinião ou crítica. Um espaço para o diálogo constante entre dois elementos importantes do mercado cultural.

Isso demonstra um alargamento das possibilidades de leituras imaginadas e teorizadas antes do advento da rede mundial de computadores, quebrando fronteiras e estabelecendo outras com uma rapidez brutal. É esse o panorama que qualquer leitor que vive ou viveu essa revolução confronta com os modos de leitura antes estabelecidos.

Os mediadores de leitura, pais, professores, bibliotecários e afins, agora incorporam essa nova mídia que em muitas vezes funciona como o próprio mediador entre obra e público, trazendo não só a obra, mas também comentários críticos sobre ela e a sua comercialização, ou seja, abrangem o ciclo completo do mercado e da leitura. Segundo Hauser (1977, p. 602), a crítica não pode imaginar que irá esgotar todos os sentidos de uma obra e sim apontar caminhos, pois “[...] a crítica mais instrutiva também não domina toda a tarefa da recepção. Somente aponta um sentido cujo caminho o próprio leitor tem que descobrir” (tradução nossa)¹², papel que pode ser observado na própria interatividade que a internet propõe, não fica somente nas mãos dos antigos formadores de opinião, críticos literários, autoridades, etc., amplia esse processo em possibilidades múltiplas.

Esse novo mercado se reorganizou de forma a se adaptar e capturar esses leitores que têm um novo modo de ler, uma nova forma de mediação e um comportamento social mudado pela internet. É dentro dessa perspectiva que os sites de escritores se encontram, pois é outra forma de comunicação dialógica do autor com o leitor em uma nova mídia mercadológica.

¹² Texto original: “[...] *la crítica más instructiva tampoco domina toda la tarea de la recepción. Tan solo apunta un sentido cuyo camino tiene que descubrir el mismo lector*” (MAUSER, 1977, p. 602).

É nesse contexto que o comércio eletrônico se torna uma realidade à medida que o acesso a internet se torna mais popular e eficiente, apresentando possibilidades que o comércio tradicional não conseguia abarcar, por isso o e-commerce (comércio eletrônico) se configurou como “toda a cadeia de valor dos processos de negócio num ambiente eletrônico, por meio da aplicação intensa das tecnologias de comunicação e informação, atendendo aos objetivos de negócio”, afirma Albertin (2010, p. 3).

A sua capacidade de expansão e abrangência é tamanha que nem sempre é fácil dimensionar o seu real tamanho e sua potencialidade, pois engloba a capacidade de produzir, comprar vender uma gama de produtos imensa por meio da internet e serviços e aplicativos que utilizam a rede de dados como suporte.

Na tentativa de quantificar o mercado digital brasileiro, a pedido da Câmara Brasileira do Livro (CBL) e do Sindicato Nacional dos Editores de Livro (SNEL), a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) realizou a pesquisa intitulada Produção e Venda do Setor Editorial Brasileiro, referente aos dados do ano base 2018. Esse estudo apontou que o setor editorial nacional teve uma queda nominal de 0,9% e um decréscimo real de 4,5% na comparação com o ano anterior.

Como se trata de uma pesquisa nacional e comparativa sobre a produção editorial no Brasil, ela é uma importante ferramenta de verificação do aquecimento ou resfriamento do mercado editorial na segunda década do século XXI. Os dados são grandiosos e apontam números interessantes e um bom momento de reflexão para o mercado, como nota-se na tabela seguinte.

Tabela 3 – Títulos editados e exemplares produzidos por subsetor (Novos ISBN + Reimpressão) – 2018

SUBSETOR	TÍTULOS			EXEMPLARES		
	2017	2018	VAR. %	2017	2018	VAR. %
DIDÁTICOS	11.060	10.726	-3,02	192.533.365	175.204.543	-9,00
OBRAS GERAIS	17.682	17.218	-2,63	98.686.314	77.948.217	-21,01
RELIGIOSOS	6.731	6.451	-4,16	70.943.658	68.954.643	-2,80
CTP	13.406	12.434	-7,25	31.121.274	27.807.239	-10,65
TOTAL	48.879	46.828	-4,20	393.284.611	349.914.642	-11,03

Fonte: CBL (2018, p. 6).

No ano de 2018, foram produzidos 14.639 novos números de ISBN (*International Standard Book Number*), totalizando 70.544.691 exemplares produzidos, consolidando uma queda 9,88% na produção de livros novos na comparação com o ano de 2017; o único crescimento no subsetor de novos números de ISBN corresponde a venda de livros traduzidos, com aumento de 22,6%, porém um decréscimo no número absoluto de livros traduzidos: em 2017 foram 6.556 livros; e em 2018 foram 5.626, uma queda de 14,2% na quantidade de novos títulos traduzidos, mas uma produção maior na comparação bianual.

Ainda tratando de novos títulos publicados, o subsetor dos livros de autores nacionais não manteve a mesma produção dos autores estrangeiros, mesmo tendo uma queda menor em números absolutos de títulos produzidos, apenas 5,4%, no número de exemplares produzidos o desequilíbrio foi maior, pois em 2017 foram confeccionados 61.440.236 livros; e em 2018 49.895.890, uma queda de 18,8%.

A pesquisa ao apresentar o faturamento faz a divisão do material produzido para o Governo e para o Mercado, nessa junção verifica-se o número negativo já exposto de um faturamento 0,92% menor em 2018 e a queda 0,82% na quantidade de exemplares comercializados em 2018, porém ao analisar os dois segmentos separados nota-se que apenas um deles é deficitário em 2018.

Na comercialização das editoras com o Governo, o mercado editorial teve um saldo positivo, tanto no faturamento, totalizando um aumento de 17,81%, como nos exemplares vendidos, 12,62% a mais de vendas no ano de 2018. No segmento de vendas para o Mercado, aqui sim há um saldo negativo, com uma queda no faturamento de 6,69% e também nos exemplares vendidos de 8,84%. Chegando assim aos números totais negativos no ano de 2018.

Tabela 4 – Faturamento e exemplares vendidos (Total) – 2018

	FATURAMENTO (R\$)			EXEMPLARES VENDIDOS		
	2017	2018	VAR. %	2017	2018	VAR. %
TOTAL	5.167.057.536,71	5.119.449.812,19	-0,92	354.938.361	352.012.073	-0,82

Fonte: CBL (2018, p. 16).

A pesquisa divide os números em quatro subsetores que são: Religiosos, Didáticos, Obras Gerais e CTP (Científicos, Técnicos e Profissionais). Analisando os

dados de faturamento e de livros vendidos, juntando os segmentos do Mercado e do Governo, o único subsetor que ficou positivo é o dos livros Didáticos que atingiu uma variação positiva de 7,32% de faturamento e 16,66% no número de exemplares vendidos. O outro subsetor que apresentou números razoáveis em 2018 é o de livros Religiosos que teve índice positivo de 0,92% no faturamento, todavia na quantidade de exemplares vendidos teve um decréscimo de 2,84%.

Já os outros dois subsetores, Obras Gerais e CTP, tiveram resultados percentualmente negativos tanto no faturamento quanto no número de exemplares vendidos. O grande destaque negativo é o CTP com 17,88% menor de faturamento e 24,37% menos de livros vendidos no comparativo 2017 e 2018.

Tabela 5 – Faturamento e exemplares vendidos (Mercado + Governo) – 2018

SUBETOR	FATURAMENTO (R\$)			EXEMPLARES VENDIDOS		
	2017	2018	VAR. %	2017	2018	VAR. %
DIDÁTICOS	2.550.251.415,66	2.737.034.241,42	7,32	159.089.701	185.592.860	16,66
OBRAS GERAIS	1.164.090.206,39	1.084.349.919,74	-6,85	113.805.446	91.198.457	-19,86
RELIGIOSOS	558.975.464,61	564.106.165,71	0,92	61.173.984	59.437.647	-2,84
CTP	893.740.450,04	733.959.485,32	-17,88	20.869.230	15.783.109	-24,37
TOTAL	5.167.057.536,71	5.119.449.812,19	-0,92	354.938.361	352.012.073	-0,82

Fonte: CBL (2018, p. 21).

Uma informação interessante que essa pesquisa apresenta é o valor médio dos preços dos livros no Mercado também subiram 2,37%, em todos os subsetores, os que apresentaram maior variação são os didáticos que passaram de R\$32,82 para R\$34,65, uma elevação de 5,59%; e as obras gerais que saíram do valor de R\$ 10,83 para R\$ 11,60, um aumento de 7,07%. Os outros subsetores, Religiosos e CTP, tiveram um acréscimo no preço médio dos livros em torno de 3% cada.

Os números apresentados não fazem distinção do mercado editorial tradicional do mercado digital, mas quando a pesquisa apresenta os canais de comercialização, é possível identificar a nova demanda pela compra via internet e suas ferramentas.

Tabela 6 – Canais de comercialização (vendas ao mercado – faturamento)

	FATURAMENTO				
	2017	PART. %	2018	PART. %	VARIAÇÃO %
LIVRARIAS	2.349.716.613,85	59,47	1.860.065.547,47	50,45	-20,84
DISTRIBUIDORES	853.485.611,41	21,60	1.086.406.365,37	29,47	27,29
PORTA A PORTA	209.140.001,11	5,29	195.739.888,86	5,31	-6,41
LIVRARIAS EXCLUSIVAMENTE VIRTUAIS	100.347.745,48	2,54	125.637.590,26	3,41	25,20
SUPERMERCADO	76.067.637,79	1,93	74.421.060,60	2,02	-2,16
ESCOLA	63.875.619,71	1,62	65.877.127,85	1,79	3,13
IGREJAS	57.070.591,69	1,44	61.017.592,36	1,65	6,92
EXPORTAÇÕES	45.379.621,15	1,15	38.572.268,29	1,05	-15,00
INTERNET-MARKET PLACE	21.539.991,93	0,55	27.143.046,94	0,74	26,01
MARKETING DIRETO	29.684.806,84	0,75	26.563.583,21	0,72	-10,51
BIBLIOTECAS PRIVADAS	31.490.223,58	0,80	24.649.280,80	0,67	-21,72
EMPRESAS	19.693.931,63	0,50	20.697.853,10	0,56	5,10
CLUBE DE ASSINATURA	-	-	20.142.684,83	0,55	-
BANCAS	16.227.534,93	0,41	14.384.495,00	0,39	-11,36
VENDA CONJUNTA COM JORNAIS	7.796.786,39	0,20	5.906.079,09	0,16	-24,25
OUTROS	69.557.946,63	1,76	39.706.345,16	1,08	-42,92
TOTAL	3.951.075.849,21	100	3.686.930.809,20	100	-6,69

Fonte: CBL (2018, p. 22).

Ao observar os canais mais tradicionais de comercialização do livro, nos quatro subsetores, nota-se que o faturamento caiu de forma significativa, os canais: Livrarias (-20,84%), Marketing Direto (-10,51%), Bibliotecas privadas (-21,72%), Bancas (-11,36%) e Venda conjunta com jornais (24,25%), todos ficaram com índices percentuais negativos, o que pode significar apenas uma crise financeira que repercute no mercado editorial, pode ser um indício de novo comportamento de consumo por meio das redes virtuais.

Os índices ligados a práticas de consumo do livro por meios digitais obtiveram números positivos no mesmo período comparativo, possibilitando interpretar essas referências como uma mudança de hábitos, pois nos canais exclusivos do comércio eletrônico: Livrarias exclusivamente virtuais (25,20%), Internet – Market Place (26,01%) e Clube de Assinatura (não tem uma dado comparativo por ter sido destacado como canal de consumo pela primeira vez nesta pesquisa) tiveram índices positivos e com crescimento expressivo.

Diante de um ano que o mercado editorial não teve um crescimento significativo, como aponta a própria pesquisa, e dentro de um contexto de dificuldades econômicas nacionais e internacionais, o crescimento do comércio

vinculado às práticas digitais aponta para uma nova forma de consumir os livros impressos e digitais, já que a pesquisa não faz distinção desses segmentos neste relatório.

Outro dado interessante que a pesquisa de Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro (2018) apresenta é divisão de vendas dos livros por área temática, nessa classificação é possível delimitar a produção de literários, diferenciando das demais temáticas, o que não era possível de ser feito nas divisões por subsetores.

Tabela 7 – Classificação por área temática (2017-2018)

TEMAS	2017		2018		VARIACÃO %
	NÚMERO DE EXEMPLARES	PART. %	NÚMERO DE EXEMPLARES	PART. %	
Didáticos	179.599.663	45,67	162.858.488	46,54	-9,32
Religião	90.576.879	23,03	87.061.285	24,88	-3,88
Literatura Adulta	32.244.236	8,2	26.403.505	7,55	-18,11
Auto-ajuda	20.296.898	5,16	17.253.098	4,93	-15,00
Literatura Infantil	15.990.129	4,07	13.538.265	3,87	-15,33
Literatura Juvenil	9.692.825	2,46	6.579.692	1,88	-32,12
Biografias	5.710.986	1,45	5.026.484	1,44	-11,99
Ciências Humanas e Sociais	6.688.847	1,7	4.910.163	1,40	-26,59
Direito	6.416.659	1,63	4.887.361	1,40	-23,83
Línguas e Linguística	6.087.552	1,55	4.257.128	1,22	-30,07
Economia, Administração e Negócios e Adm. Pública	4.341.823	1,1	3.185.442	0,91	-26,63
Medicina, Farmácia, Saúde Pública e Higiene	3.272.660	0,83	2.328.760	0,67	-28,84
Literatura Jovem Adulto*	-	-	2.267.296	0,65	-
Psicologia e Filosofia	1.915.367	0,49	1.639.609	0,47	-14,40
Gastronomia e Culinária	-	-	1.116.236	0,32	-
Educação e Pedagogia	1.256.380	0,32	838.608	0,24	-33,25
Educação física e Esportes	835.467	0,21	802.984	0,23	-3,89
Dicionários e Atlas Escolares	815.361	0,21	714.348	0,20	-12,39
Artes	858.873	0,22	597.600	0,17	-30,42
Agropecuária Veterinária e Animais de Estimação	614.792	0,16	438.398	0,13	-28,69
Matemática, Estatística, Lógica e Ciências Naturais	668.527	0,17	429.763	0,12	-35,71
Engenharia e Tecnologia	638.164	0,16	374.072	0,11	-41,38
Turismo, Lazer**	1.070.947	0,27	249.636	0,07	-76,69
Informática, Computação e Programação	337.502	0,09	243.784	0,07	-27,77
Arquitetura e Urbanismo	30.616	0,01	44.557	0,01	45,54
Outros	3.323.459	0,85	1.815.162	0,52	-45,38
TOTAL	393.284.611	100	349.914.643	100	-11,03

* Essa nova categoria abrange parte dos títulos anteriormente catalogados em Literatura Juvenil e em Literatura Adulta.

**Até 2017 essa categoria era denominada: Turismo, Lazer e Gastronomia. A partir de 2018 foi criada a categoria Gastronomia e culinária.

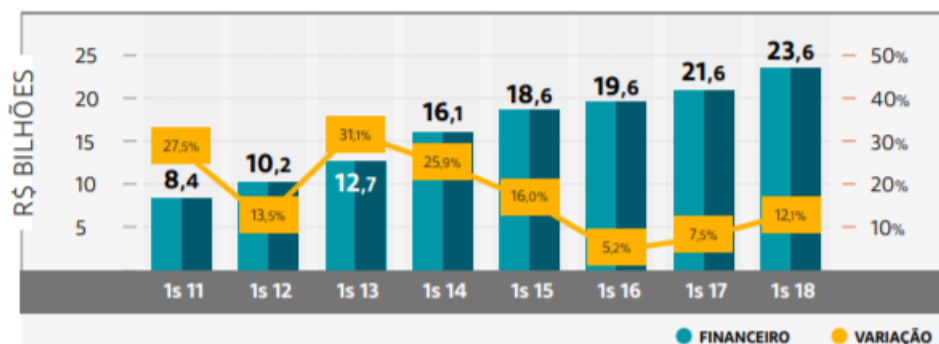
Fonte: CBL (2018, p. 8).

Dos temas apresentados cinco são relacionados diretamente com o universo literário, são os temas: literatura adulta, literatura Infantil, literatura juvenil, biografia e literatura jovem e adulta (nova categoria que abrange títulos antes direcionados a literatura juvenil e a literatura adulta).

No comparativo todas as categorias temáticas tiveram índices negativos na comparação 2017/2018 na quantidade de livros produzidos, um decréscimo de 11,03%. Nas categorias de produções literárias, a contração foi significativa, sempre na casa da dezena, tendo na categoria da literatura juvenil a maior retração (-31,12%), seguida pelas outras categorias, com exceção da nova criada nessa pesquisa, por isso sem um comparativo anterior, que tiveram decréscimo em média de 15%.

Demonstrando que a diminuição da produção de livros em 2018 impactou diretamente na produção de livros literários e naturalmente na comercialização e rentabilidade do setor, o que pode ser explicado pela crise financeira que assolou o Brasil nos últimos anos ou na falta de hábito de leitura literária que persiste na cultura do país. O ponto relevante que é apresentado nessa pesquisa é a mudança de postura do consumidor em relação aos canais compra de livros dos mais variados temas e interesses.

Isso se intensifica analisando o relatório da 38ª Edição WebShoppers 2018, realizado pela Ebit – a Nielsen Company que, desde 2001, realiza um estudo sobre o comércio virtual (e-commerce) brasileiro, tornando-se o relatório de maior credibilidade sobre esse setor no país. Esse relatório toma como base o 1º semestre do ano de 2018 e antes de apresentar números faz duas considerações relevantes sobre o contexto da época: o resultado ruim da seleção brasileira na Copa do Mundo da Rússia e a incerteza política apontada, naquele momento, por diversos institutos de pesquisa. Apesar desse contexto pouco favorável ao desenvolvimento econômico, o comércio eletrônico teve um crescimento de 12,1%, faturando 23,6 bilhões de reais, isso considerando tudo o que foi comercializado nesse período, não levando em conta somente o mercado de livros, inclui-os, mas analisando o e-commerce de forma geral, segundo Ebit (2018).

Gráfico 1 – Faturamento das vendas online

Fonte: Ebit (2018, p. 16).

Verifica-se uma evolução comparativa em faturamento do comércio eletrônico ao observar que no primeiro semestre de 2011 houve um ganho de 8,4 bilhões, já nos dois últimos anos analisados há a marca de um rendimento acima dos 20 bilhões de reais.

O relatório Ebit (2018, p. 17) aponta números interessantes especificando o mercado denominado como *Livros, Assinaturas e Apostilas*, no total de 10 categorias, ficou em 7º lugar no número total de volumes de pedidos, correspondendo a 7,6%, porém esses números em volume financeiro passam a colocar essa categoria na última posição com 2,3% de todo o dinheiro gerado pelo comércio eletrônico no primeiro semestre de 2018. Ressalva importante que pode dimensionar essa diferença é que o valor agregado a um livro, uma assinatura e a apostilas é significativamente menor se comparado a itens de outras categorias como: cosméticos, modo, eletrodomésticos, informática, celular, eletrônicos, entre outros.

Esses números apontam uma perspectiva de investimento em plataformas digitais e obras direcionadas para o mercado digital, sendo ainda uma constatação de mudança de hábitos e tendências na procura do consumidor em relação a sua compra do livro físico para o digital.

3.1 CONSUMIDORES ELETRÔNICOS (E-CONSUMIDORES)

Ao tratar do mercado cultural, especialmente do mercado de livros físicos e digitais, é importante observarmos os consumidores digitais, denominados e-consumidores. Diante dos dados apresentados pela Ebit na 38ª Edição Webshoppers de 2018, verifica-se que mesmo diante de um cenário político e

econômico instável o mercado digital não retraiu, ele cresceu: “Nos primeiros seis meses do ano, 27,4 milhões de pessoas fizeram pelo menos uma compra no comércio eletrônico, uma alta de 7,6% em relação ao primeiro semestre de 2017” (EBIT, 2018, p. 13).

Esses dados fornecem uma indicação do tamanho que o mercado digital conquistou e de sua crescente adesão de e-consumidores, pois observado os dados dos primeiros semestres de 2015 a 2018, o número tem um aumento constante que parte de 17,6 milhões de pessoas em 2015 para quase 30 milhões em 2018.

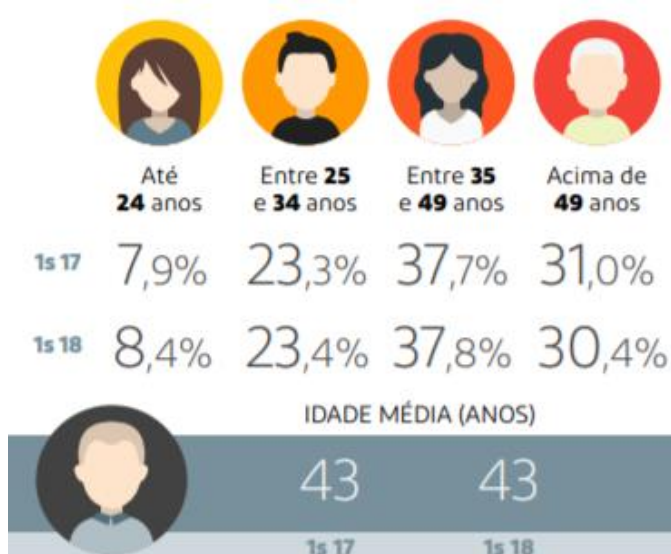
Isso ocorre porque

os investidores começaram a olhar para essa grande rede e chegaram à conclusão de que tudo (dados, estoques, comércio, livros, música, fotos, entretenimento) seria digitalizado, transportado para a internet e lá comercializado; a demanda por produtos e serviços baseados na internet seria, pois, infinita (FRIEDMAN, 2007, p. 80).

Nesse contexto de profundas transformações e investimentos no ambiente virtual, a realidade de produção e venda objetiva uma nova forma de se relacionar com seu público, dentre eles as novas gerações nativas digitais, e apresentar produtos que chamem a atenção para essa nova realidade e cria-se uma nova ordem de produção e consumo.

Tendo isso como base e olhando os e-consumidores em relação ao gênero nesta pesquisa (EBIT, 2018), verifica-se uma paridade grande em 2017 com 50% de homens e 50% de mulheres que consomem digitalmente e um pequeno aumento de mulheres em 2018, passando para 51,5%, tendo 48,5% de homens nesse período.

Outro dado interessante apresentado pela pesquisa é a faixa etária dos e-consumidores que manteve a mesma de 2017 para 2018, 43 anos.

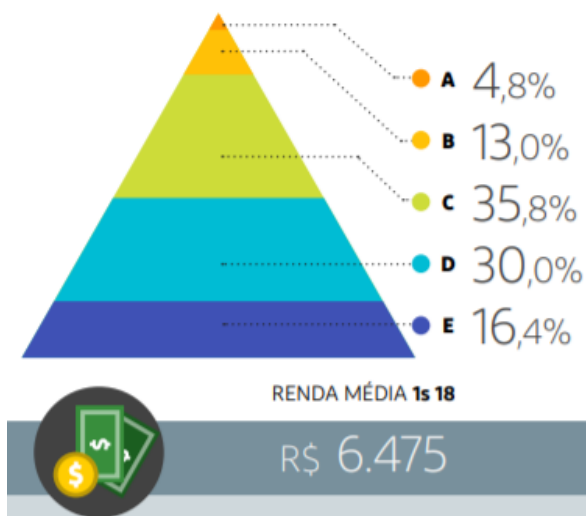
Tabela 8 – Faixa etária dos e-consumidores (2017-2018)

Fonte: Ebit (2018, p. 13).

Esses números apontam para um ligeiro crescimento dos consumidores mais jovens, de 7,9% em 2017 para 8,4% em 2018 para pessoas até 24 anos, e esse aumento se verifica nos outros grupos (25 a 34 anos e 35 a 49 anos), porém no grupo etário mais avançado percebe-se, naturalmente pelo aumento nos grupos mais jovens, um decréscimo no crescimento de consumidores digitais.

Há ainda levantamentos nesse relatório que indicam que as regiões que mais consomem de forma digital é a região Sudeste (61,2%) e a Sul (16,9%); as que menos consomem dessa forma são as regiões Norte (2,7%), Centro-oeste (6,8%) e Nordeste (12,4%). A base que sustenta esse consumo são as classes C, D e E que representam 82% do total de e-consumidores, que têm em média uma renda de 6.475 reais, consoante Ebit (2018).

Gráfico 2 – Classe social dos e-consumidores (2018)



Fonte: Ebit (2018, p. 14).

Esses números apresentam um bom indício da potencialidade do mercado digital e dos consumidores digitais, sinalizando que o mercado de livros digitais, também incluídos nesses dados, representa uma nova forma de produzir, vender e comprar cultura, um reflexo direto das mudanças tecnológicas e hábitos que esse novo contexto multimidiático que o século XXI vem construindo e alterando em tradições e hábitos cristalizados durante séculos.

3.2 SMARTPHONES, TABLETS E E-READERS

O avanço do e-comércio, segundo Ebit (2018), é uma tendência mundial tão expressiva que em países como EUA, Coréia do Sul e China ele já ultrapassa a barreira de 30% de todo comércio realizado. Isso tem ocorrido não somente por meio de aparelhos móveis com acesso a internet, mas também com vitrines virtuais que estão em locais como metrô e outros locais públicos.

Outro caso interessante é o produto criado pela Amazon que busca facilitar as compras virtuais que é o Dash Button, isto é, um botão de compras que é um simples aparelho que conectado a uma rede de *wifi* e a um determinado eletrodoméstico ou um móvel. Nele é cadastrado um item de compra e ao verificar que esse item acabou em sua casa, você só precisa apertar o “botão de compras” que o pedido é feito automaticamente no site da Amazon e o pedido pode ser cancelado no período de meia hora. Um exemplo disso seria colocar o Dash Button

na geladeira e cadastrar o item leite, ao ver que esta acabou bastaria clicar no botão que a compra estaria feita, sem mais esforços.

Essas inovações, serviços e avanço do mercado eletrônico também chegam ao Brasil e conquistam um espaço relevante, pois o consumidor do século XXI é apresentado pela Ebit (2018, p. 21) como um ser multicanal. Isso se justifica porque “Independente da categoria de produto ou serviço, o comércio apresentado de forma holística demonstra ser um aliado desse consumidor cada vez mais imediatista, dinâmico e empírico”.

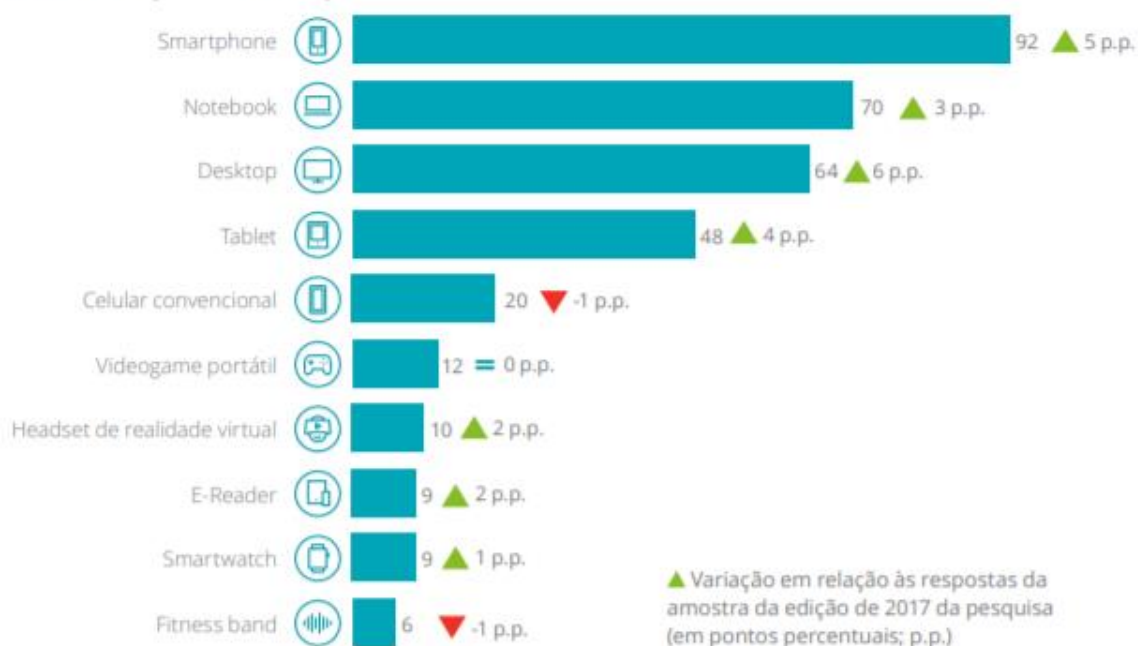
Nessa perspectiva é importante entender que os hábitos de consumo estão mudando e conseqüentemente as formas de interação com os produtos também, uma vez que, no segmento de livros digitais, há uma demanda crescente por novos suportes eletrônicos que tenham a capacidade de servir como base para uma leitura, para um *e-book*, um livro digital, uma mídia de filme, entre outros. É aqui que entram três suportes bastante utilizados também para essa função: os *smartphones*, *tablets* e os *e-readers*.

Esses três suportes são cada vez mais acessíveis e utilizáveis no Brasil e no mundo, apontando para uma realidade concreta de uso desses aparelhos no cotidiano. Segundo dados apresentados pela empresa global Deloitte (2018, p. 5) sobre o mercado de eletrônicos no Brasil, o *smartphone* é o dispositivo mais usado no país, 92% da população possui ou uso esse aparelho diariamente, “ele faz parte da realidade do brasileiro. Já podemos ver, inclusive, a simbiose dele em funções do cotidiano, como o trabalho”, afirma Márcia Ogawa, sócia e líder da empresa que realiza essa pesquisa desde 2014.

Outro dado interessante é que não houve só crescimento na aquisição e uso dos *smartphones*, mas também dos *tablets* com 48% da população brasileira que tem ou usa cotidianamente, subindo quatro pontos percentuais em relação ao ano de 2017; e os *e-readers* com 4%, aumento de dois pontos percentuais em relação a 2017, informa Deloitte (2018).

Gráfico 3 – Relação de aparelhos e seu uso (2018)

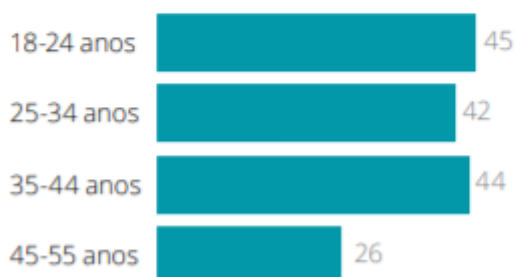
Quais desses equipamentos possui ou teve acesso recentemente?
(em %; respostas múltiplas)



Fonte: Deloitte (2018, p. 5).

Outro dado relevante apontado pela Deloitte (2018) é a frequência de uso dos aparelhos eletrônicos e novamente o *smartphone* teve um índice de destaque, sendo que 97% dos entrevistados afirmaram ter usado esse item nas últimas 24 horas; o *tablet* e o *e-reader* ficaram com números próximos, aquele com 57% e este com 51% de uso nas últimas 24 horas.

Observando exclusivamente os aparelhos de leitura digital (*e-readers*), a pesquisa indicou que a população na faixa etária entre 18 e 24 anos são os que mais o usam, todavia as faixas etárias de 25 a 34 e 35 a 44 têm um uso considerável dessa tecnologia.

Gráfico 4 – Uso do *e-reader* nas últimas 24h**Utilização de e-reader nas últimas 24 horas (em %)***

Fonte: Deloitte (2018, p. 8).

Analisando o Gráfico 4, verifica-se uma diferença relevante no uso desse aparelho somente na última faixa etária (45 a 55 anos), o que pode indicar a transformação no hábito de consumo e principalmente leitura da população brasileira, expondo uma prática que não exclusivamente pelo livro impresso, pelas livrarias físicas, mas sim uma rede ampla e em expansão de lojas virtuais e plataformas que possibilitam a leitura de revistas, jornais e literatura.

Como os *smartphones* e *tablets* são multifunções, possibilitando inclusive a leitura de livros literários e outros, nem sempre seus números estão atrelados ao uso para leitura, apesar de ser descartável essa possibilidade, uma vez que isso é possível de ser feito como uma de suas funções. Já os *e-readers* se propõem como princípio serem produtos para leitura, com características que valorizam essa prática, por isso os números crescentes de uso e comercialização desse item demonstram a mudança na prática leitora no país.

Um indicativo dessa mudança é que grande empresas lançaram ao longo deste século aparelhos de leitura que se propõe a atender a expectativa desses novos leitores, dois casos significativos é o Amazon e a Saraiva. Ambas as empresas têm dois produtos para atender o gosto e a classe econômica dos leitores, pois apresentam na versão mais básica e barata os produtos *Lev Fit*, da Saraiva, e o *Novo Kindle*, da Amazon, com tamanhos de tela menores, configurações levemente mais simples por um preço médio de 250 reais; já os modelos com uma configuração mais potente, *Lev Neo*, da Saraiva, e o *Kindle Paperwhite*, estão na faixa média de preços de 450 reais.

3.3 FÃ, PROSSUMER E COCRIADOR

O mercado cultural diante de tantas transformações continua produzindo produtos para consumidores, naturalmente como vem-se apresentando a forma como esses consumidores se relacionam com os produtos está em transformação por causa das novas tecnologias, das novas mídias e formas de interação social. Nessa perspectiva serão delineados os conceitos de Fã (GITLIN, 2003); Prossumer (TOFFLER, 2010), obra publicada originalmente em 1980; e Cocriador (JENKINS, 2009).

3.3.1 Fã

Adentrando no conceito de Fã, o Dicionário Aurélio *on-line* (2018) define: “1- Indivíduo que admira entusiasticamente uma figura pública, geralmente do mundo do espetáculo; 2- Pessoa que nutre grande admiração por alguém ou alguma coisa”. Segundo Gitlin (2003), a palavra Fã esteve ligada durante muito tempo a noção de uma pessoa que exagera em seu comportamento por determinado artista, grupo musical, ator, entre outros, similar a primeira definição apresentada pelo dicionário on-line. Ao longo dos anos essa noção do senso comum se torna pejorativo, tamanhos exageros cometidos ao longo de tantos anos e por tantos fãs. Todavia, segundo o autor, a noção de Fã está relacionada a uma espécie de amor, uma identificação que uma pessoa encontra em determinada série, filmes, atores, livros, shows, bandas, associando-se a necessidade de se relacionar, interagir e recriar determinados produtos.

Gitlin (2003, p. 92) afirma que há uma imensidade de produtos e tecnologias que permitem que todos os espaços estejam repletos de produtos e/ou propagandas de consumo, “hoje nenhum espaço está a salvo. Colocam-se anúncios nas costas das poltronas de avião, à altura dos olhos em mictórios, atrás das portas dos cubículos dos banheiros femininos [...]”. Essa diversidade é que leva que a uma experiência imediatista, isto é, o fã se identifica com determinado produto cultural e vivendo aquilo retratado no produto ou na impossibilidade de viver aquilo, ele se identifica e consome aquilo com carinho e encoraja outros a também comprarem aquilo. Um bom exemplo disso são as séries de livros juvenis que fizeram tanto sucesso de compra, venda e leitura no século XXI que se tornaram produtos

maiores do que somente livros (filmes, roupas, parques de diversão, acessórios e estilo de vida) e foram consumidos tenazmente, como: *Harry Potter*, *Saga Crepúsculo*, *Senhor dos Anéis*, *Crônicas de Nárnia* e etc..

Esse Fã que consome o que lhe agrada, muitas vezes recusando outros novos produtos para manter-se fiel àquela história, àquele gênero, desafia a indústria de massa, pois nem sempre se baseia nos produtos tradicionais ou nas grandes produções e sim em interesses particulares aliados a uma nova forma de encontrar, divulgar, consumir e produzi-los de acordo com suas vontades. Segundo Freire Filho (2007, p. 6), os Fãs deste novo século não se restringem a apenas consumir, mas também a produzir em cima de seus gostos: “os fãs-artistas confeccionam desenlaces distintos da conclusão conhecida de filmes [...]”, isso confere ao sentido da palavra Fã um outro desenho que nem sempre ficou claro no século XX, configurando uma outra necessidade desse apaixonado por determinado produto:

A maior parte dos fãs se limita, de fato, a adquirir entusiasticamente produtos licenciados pelas corporações midiáticas; uma parcela deste público, porém, se dedica a produzir materiais suplementares ao conteúdo primário do seu interesse – desenhos, pinturas, ficções, poemas, músicas, vídeos, filmes, entre outras criações compartilhadas e avaliadas criticamente em convenções, mostras retrospectivas, fanzines, websites [...] (FREIRE FILHO, 2007, p. 6).

O que o autor vai citar como os *fan fictions*, *fan films*, *fan art*, *fan vídeo* para demonstrar a nova forma de interagir, consumir e, principalmente, criar algo a partir de seu sentimento de fã, evidenciando esse novo contexto do mercado cultural.

3.3.2 Prosumer

Segundo Toffler (2010), o consumo segue três momentos marcados por transformações na forma de consumir, naturalmente essas transformações ocorreram de forma contextual às transformações sociais, tecnológicas e comportamentais que o ser humano passou.

Toffler (2010, p. 18), em uma visão ampla e contextual, trata o desenvolvimento da humanidade em três ondas, “uma fase agrícola, a Primeira

Onda; uma fase industrial, a Segunda Onda; e a fase que agora começa, a Terceira Onda”. Caracterizando-as como:

- A primeira onda com a produção direcionada para o uso, isto é, as pessoas consumiam aquilo que produziam, um bom exemplo disso é a agricultura, pois as pessoas tinham um conhecimento básico de técnicas agrícolas, de insumos e algumas ferramentas para produzir alimento para o consumo. Essa onda permitiu que a civilização pudesse se estabelecer e criar vínculos em um território, rompendo assim com o nomadismo.
- A segunda onda se baseia na troca, monetizando bens e serviços. É a era da manufatura e a era da indústria. Dessa forma a terra deixa de ser primordial no comércio e os equipamentos, o trabalho, a construção, as ferramentas passam a ser fundamentais para os meios de produção, apresentando uma nova forma de produzir riquezas e, agora, de forma visível, essa é o período da civilização industrial.
- A terceira onda é a independência do ser humano que pode prestar serviços de forma autônoma, ou seja, ele desempenha o papel de produtor e consumidor, pois o seu conhecimento substitui os meios de produção, por isso denominado Prosumer.

Nessa terceira onda, o consumidor consegue realizar tarefas por si próprio, é a possibilidade de realizar ligações de longa distância sem o auxílio de uma telefonista. Segundo Toffler (2010, p. 170), é o “fazer com as próprias mãos”, deixando de ser uma sociedade passiva e dependente da produção da indústria para tornar-se uma sociedade que interfere diretamente na produção e construção do produto, do conhecimento, da demanda.

Um exemplo disso é o já citado Fã que deixou de ser um simples consumidor de livros impressos para interferir e criar as suas próprias histórias a partir de uma obra pronta, as *fan fictions*, demonstrando claramente essa mudança do simples consumidor para uma pessoa que interfere diretamente da produção industrial e produz o seu próprio produto.

Essa mudança aponta para um trabalho que não está baseado na força física, como nas ondas anteriores, mas sim no conhecimento, por isso sendo denominada como sociedade do conhecimento, da informação, da tecnologia, pois para Toffler

(1970, p. 35), a “tecnologia torna possível mais tecnologia, como podemos ver se observarmos por um momento o processo de inovação”.

Nessa perspectiva a indústria deixa de produzir em massa para orientar sua produção por nichos e segmentos que conduzem a economia por meio de planejamentos econômicos e políticos que são direcionados para as novas tecnologias existentes que dão maiores liberdades aos Prosumers. Entendendo que a economia da estabilidade, da permanência, é “substituída pela economia da transitoriedade”, afirma Toffler (1970, p. 58). Dessa forma o mercado editorial que se pautava exclusivamente no livro impresso tem que expandir para um modelo móvel, dinâmico e tecnológico, isto é, novas plataformas de leitura, novas formas de interação com o obras e autores, e novas formas de criar a partir das obras comercializadas.

3.3.3 Cocriador

No cenário contemporâneo a indústria cada vez mais tenta produzir para o fã algo que é essencial para ele, definindo por Jenkins (2009), como um jogo de troca, isto é, produtos que interajam com o público, permitindo um envolvimento real por aqueles que escolheram determinado produto.

Jenkins (2009, p. 226-227), cita os jogos *SimCity* e *The Sims*, jogos que permitem aos jogadores criarem livremente cidades, roupas, um estilo de vida, personalizarem ambientes, construindo uma interação real entre produto e consumidor, “a mais bem-sucedida franquia de games de todos os tempos”, afirma o autor.

Um exemplo negativo citado pelo autor foi em empresa *FanLib.com* que hospedava as histórias criadas por fãs de diversas obras (*Fan-Fictions*), apresentando um lugar em que eles poderiam se expressar livremente. Todavia esses fãs descobrem mais tarde que essa empresa detinha os direitos de todos os personagens e histórias hospedadas ali. Apesar das inúmeras tentativas de denunciar e manchar o nome da empresa, isso não foi possível, ela continuou funcionando com uma imagem consideravelmente arranhada, pois feriu o princípio de cocriação, cita Jenkins (2009).

O que Toffler (2010) afirma no seu livro “A terceira Onda” é justamente esse processo de interação entre indústria e consumidor, um olhar atento e cuidadoso

para o consumidor para entender as suas necessidades, o que ele pensa da empresa, dos produtos e como ele gostaria de interagir com ela.

Produtores e anunciantes falam hoje das *lovermarks* reconhecendo a importância da participação do público em conteúdos de mídia. Os consumidores estão usando a net para se envolverem com o que admiram, entendem esse como um espaço democrático e de ações coletivas (JENKINS, 2009, p. 235).

Nesse sentido é notável que os consumidores estão cada vez mais interessados em participar do processo de criação dos valores da empresa, no desenvolvimento de produtos, uma forma de colaboração direta com a indústria e a demanda. Bons exemplos disso são serviços que atendem uma nova realidade social, como: Uber, 99 taxi, Netflix, Airbnb, Rappi, Alooga e outras empresas que diante de uma demanda global promoveram mudanças significativas na forma de consumir serviços e não mais produtos, processo que ocorre em constante colaboração dos usuários/consumidores, ou seja, com os comentários, sugestões, reclamações dos clientes a empresa transforma o seu serviço, tornando-os cocriadores de tais instituições.

Essa nova realidade interativa do mercado mundial é benéfica aos consumidores que encontram produtos que atendem às suas necessidades reais e as empresas que direcionam e até personalizam seus produtos para um público efetivo, agregando valor e uma interação real com os cocriadores.

4 A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NA FORMAÇÃO DO LEITOR LITERÁRIO

A análise presente neste trabalho é direcionada para o delineamento do perfil do leitor literário no século XXI mediante a influência da tecnologia na formação deste, entendendo que para essa compreensão foi necessário discutir a influência que a tecnologia exerceu na produção literária, no mercado editorial e na formação educacional desse leitor.

Sendo assim este estudo utilizou quatro relatórios que foram analisados e que dão base para essa discussão. Os documentos foram divididos em dois grupos temáticos para promover a delimitação de informações relevantes e necessárias para desenhar um perfil do leitor literário no Brasil do século XXI.

Os dois primeiros relatórios referem-se ao contexto do mercado editorial, cultural e literário nacional: um deles é uma pesquisa feita no Brasil por instituições nacionais que é o “Censo do Livro Digital” (2017), realizado pela FIPE, CBL e SNEL, único estudo que mapeia o mercado digital no país; e o documento “Global eBook: a report on market trends and developments” (WISCHENBART *et al.*, 2017), estudo que mapeia o mercado cultural mundial e também o brasileiro, elaborado pelo editor e consultor chefe austríaco Rüdiger Wirschenbar e tem a contribuição de diversos especialistas, o responsável por abordar o Brasil é Carlo Carrenho.

Os outros dois relatórios referem-se ao contexto educacional e da formação desses novos leitores, um é o Retratos da Leitura Feita no Brasil 4 (FAILLA, 2016), realizado pelo Instituto Pró-Livro e organizado por Zoara Failla, apresentando dados sobre o leitor e a leitura no país; e o *Frequency of reading books* (2017), realizado pela Global Gfk survey, constatando aspectos importantes do leitor online em grandes regiões do mundo (17 países), focalizando a América Latina e também o Brasil, complementando essa visão sobre a realidade nacional e possibilitando entender o leitor literário na era digital.

A partir desses documentos é possível delinear aspectos pertinentes para descrever características que alinhavam os leitores literários no século XXI no Brasil, por isso entendem-se esses relatórios como base para esta tese.

4.1 MERCADO EDITORIAL

O mercado editorial também sofreu forte influência da revolução tecnológica ocorrida neste século, o que ocasionou novas estratégias e propostas para a produção, divulgação, comercialização e engajamento de seu público consumidor. Mudanças essas que serão abordadas com os dados dos relatórios abaixo.

4.1.1 Global eBook

O documento que aborda o mercado editorial internacional e o nacional é o *Global eBook: a report on market trends and developments (2017)* que apresenta um panorama global sobre o desenvolvimento do mercado editorial digital neste século e mostra que o mercado editorial digital passou por uma década de crescimento, um período de decréscimo e depois uma estabilização produtiva semelhante ao ocorrido no mercado editorial tradicional, do livro impresso.

Nesse relatório *Global eBook: a report on market trends and developments*, o responsável por escrever o capítulo que aborda o Brasil é o economista Carlo Carrenho, especialista em edição e comercialização de Livros e Revistas, fundador do portal de notícias PublishNews, coordenador do curso de MBA Book Publishing, da Casa de Educação em São Paulo, orientador das empresas Ubook, Meta Brasil e BR75, além de palestrante que viajou o mundo tratando sobre o mercado editorial.

Esse primeiro relatório revela mudanças que ocorreram no mundo contemporâneo e como isso afetou os hábitos e formas de interação interpessoais. No universo do mercado editorial como um todo e literário, as empresas globais são o grande destaque, o maior exemplo é a Amazon que dominou todos os meios de captação, produção e comercialização de revistas, obras literárias, assinaturas, *audiobooks* nos mais diversos suportes. Um fator interessante é o segmento de autopublicação que possibilita abrir espaço para autores não consagrados no mercado, ou seja, são anônimos escrevendo e publicando suas histórias no formato digital:

The Global eBook Report 2017 (www.global-ebook.com) provides an overview of internationally evolving ebook markets, with a unique set of data from a wide array of the best available sources, a thorough analysis, with exclusive charts underpinning a synopsis of key global

developments, and a broad set of detailed references to both global and local actors, forming a resource for anyone interested in the globalization of digital (book) content production and dissemination (WISCHENBART *et al.*, 2017, p. 2).

Segundo a pesquisa Global eBook (WISCHENBART *et al.*, 2017), os livros digitais começaram a ser populares, no mercado de língua inglesa, em 2007 com o *e-reader* Kindle da Amazon, consoante Global eBook (2017), essa nova plataforma não foi apenas uma mudança no formato das obras, mas sim uma nova forma que as editoras poderiam publicar seus catálogos:

The launch of the Kindle had been prepared not just by putting in place both a reading device, and a retail platform at Amazon's online store. It had also required to convince major US publishers to make their new front-list titles, and notably fiction releases, available in digital format (WISCHENBART *et al.*, 2017, p. 24).

Outro dado interessante relatado na pesquisa Global eBook (WISCHENBART *et al.*, 2017), direcionado ao mercado norte americano, é que os três primeiros anos de crescimento do mercado digital foram grandiosos, mostrando que realmente houve uma brusca mudança de comportamento. Todavia o mais curioso é que nesse período de 2007 a 2010, o número de consumidores que aderiram em massa a essa nova plataforma foram leitores de certa idade, em sua maioria mulheres, usuários dos trens, mais assinantes do jornal New York Times do que o público que se esperava: técnicos, nerds, crianças ou jovens. Outra afirmação proveitosa sobre o contexto norte americano é que: “and even to this date, university students have been remarkably slow in trading their heavy textbook packs for lightweight digital learning devices”, afirma Global eBook (WISCHENBART *et al.*, 2017, p. 24).

Porém é importante questionar se essa classe de consumidores esperados (técnicos, nerds, crianças, jovens e estudantes universitários) já não tinha aderido a esse serviço e por isso não entraram nessa estatística, como é um universo difícil de ser mapeado, esse é um processo que não pode ser descartado.

Esse crescimento vertiginoso no início gerou projeções mirabolantes que não se confirmaram, o que ocorreu foi uma estabilização desse mercado nos três anos seguintes até 2013, atingindo grande parte de seu público alvo e que depois voltou ao consumo do livro impresso. Esse processo ocorreu similarmente no Reino Unido com um período de grande crescimento e, a partir de 2014, uma estabilização.

Processo de estabilização que pode ser um sintoma das facilidades de piratear materiais de leitura, tanto no acesso a esse material como nas maneiras de produzir esse material pirata, diante de tantas ferramentas e tecnologia existente a partir do início do fim da primeira década do século XXI.

Essa estagnação no crescimento global demonstra que os leitores que realmente foram atingidos por toda essa nova tecnologia foram os leitores insaciáveis, isto é, aqueles que já tinham um hábito de ler muito, são os leitores, das mais diversas possibilidades editoriais, que primeiro aderiram às tecnologias, as novas plataformas, aos novos recursos de leitura. São os leitores do livro impresso que estão utilizando também as novas plataformas digitais de leitura, isto é, eles foram os primeiros a experimentarem esse novo suporte de leitura, ocasionando esse crescimento inicial espantoso. Os leitores menos frequentes, que leem menos, foram migrando pouco a pouco para as versões digitais ou aderiram aos livros digitais, mas consumiram muito menos do que os leitores mais dedicados, justificando essa explosão inicial e estagnação na sequência, pois “os *e-books* e a leitura digital atraem em um primeiro momento justamente aqueles que leem mais”, fazendo assim que os leitores assíduos sejam os “os mais curiosos em relação a novos suportes, os mais dispostos a investir em um aparelho de leitura e os mais abertos a mudar seus hábitos de leitura”, afirma Carrenho (2016, p. 103).

Uma constatação relevante que a Global eBook (WISCHENBART *et al.*, 2017) apresenta para essa estagnação nesses dois contextos citados (EUA e Reino Unido) é que os *e-books* não chamaram a atenção dos leitores para todos os tipos de leitura, certos gêneros textuais tiveram grande penetração em alguns meios e em outros muito pouco. O universo dos livros literários, em especial best-sellers, ficção (romance, fantasia e literatura erótica) e livros auto publicados tiveram uma grande adesão, porém, curiosamente, as publicações denominadas não ficção foram rejeitadas pelo público norte americano.

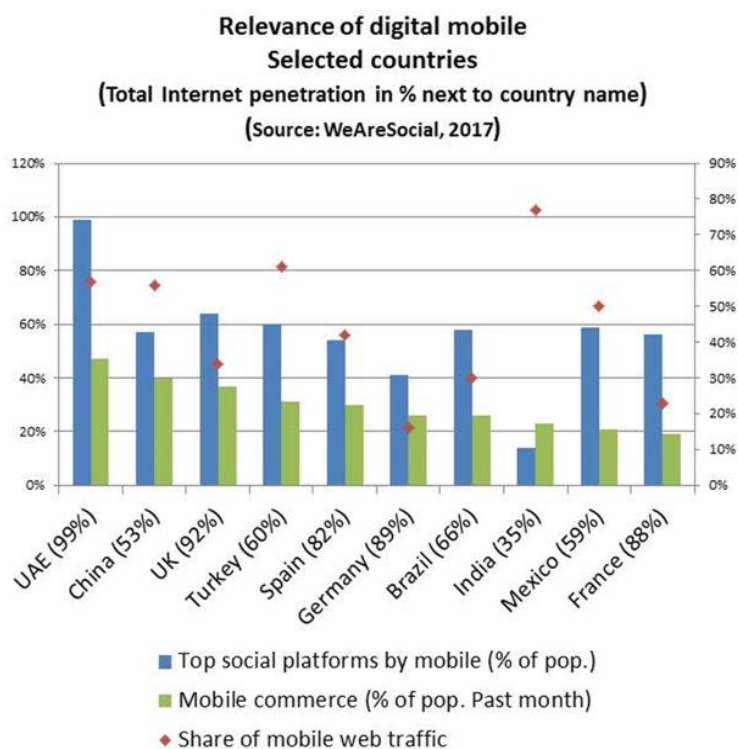
Diante dessa realidade de estagnação a partir de 2013/2014, entende-se que essa mudança de hábito de leitura do livro impresso para o livro digital levará “pelo menos 20 anos”, afirma Michael Serbinis (WISCHENBART *et al.*, 2017, p. 24), fundador do Kobo, debate da Feira do Livro de Frankfurt em 2012. Indicando as transformações radicais do livro impresso para o livro digital e suas diversas plataformas não ocorreram como imaginado inicialmente e que os hábitos de leitura arraigados permanecem significativamente presentes na contemporaneidade.

A transformação na forma de se comunicar e interagir que foram alteradas drasticamente nas últimas duas décadas não se verificam similarmente no mercado editorial digital e nos leitores. Segundo dados da agência de mídia *We are social*, apresentada na pesquisa Global Digital Report 2017 (WISCHENBART *et al.*, 2017), até 2017 metade da população mundial estavam on-line, dois terços possuíam *smartphones* e 37% eram usuários contínuos de redes sociais. A tecnologia avança exponencialmente em diversos países do mundo, embora respeitando particularidades de cada região e cultura:

Digitization, though, comes in hugely diverse ways, according to territory as well as cultural and political context, type of content and format, method of access, or targeted group of users. The map of the world as we know it, is about to be re-drawn. The ways of how people use the various digital services differ greatly (WISCHENBART *et al.*, 2017, p. 7).

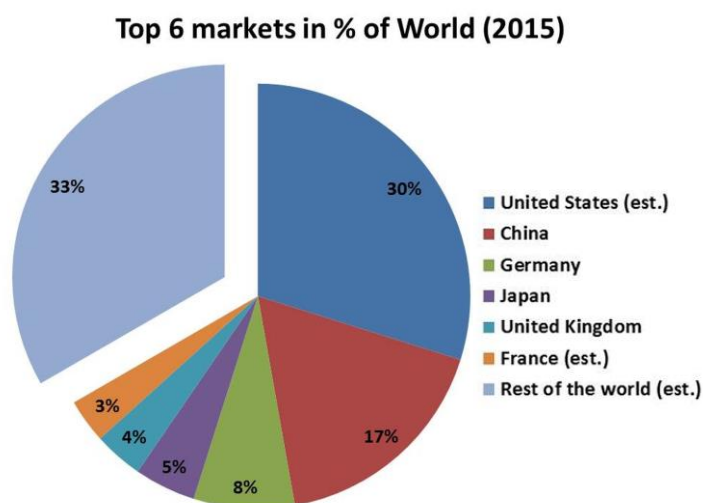
Essas diferenças da mobilidade social por meio de aparelhos como *smartphones* é demonstrada quando se compara os 10 principais países que fornecem internet móvel. Segundo a Global eBook (WISCHENBART *et al.*, 2017), nos Emirados Árabes Unidos e Cingapura, com exceção das crianças, todos tem um celular com acesso a internet; na China, França, Reino Unido e México as mídias sociais são fundamentais para metade da população adulta. Outro dado destacado é que em alguns países o tráfego de dados móveis é maior que o tráfego da web tradicional, isso ocorre, por exemplo, na Índia com 77% do tráfego de dados ocorrendo pela forma móvel; 61% na Turquia.; 57% nos Emirados Árabes Unidos.

De olho na importância da mobilidade digital, usando três parâmetros (uso das principais plataformas digitais de forma móvel; comércio digital de forma móvel; compartilhamento de arquivos e mídias pelo tráfego móvel), é possível notar o destaque que as novas formas de interação (redes sociais) têm na sociedade contemporânea.

Gráfico 5 – Relevância da mobilidade digital em alguns países

Fonte: Wischenbart *et al.* (2017, p. 8).

O interessante nesse contexto tecnológico é que o mercado editorial mundial é grandioso, mas 67% de toda sua receita global advêm de poucos países, entre eles o mais dominante é os Estados Unidos (30%), China (17%), Alemanha (8%), Japão (5%), Reino Unido (4%) e França (3%). Esses são os maiores mercados consumidores dos produtos editoriais, o percentual restante (33%) do mercado editorial global corresponde a todos os outros países em seus mercados editoriais nacionais. Na América Latina, os principais mercados consumidores são, respectivamente, Brasil, ocupando a 10ª posição no ranking; México, 18ª posição; e Argentina, 26ª posição.

Gráfico 6 – Os maiores mercado editoriais do mundo em porcentagem

Fonte: Wischenbart et al. (2017, p. 17)

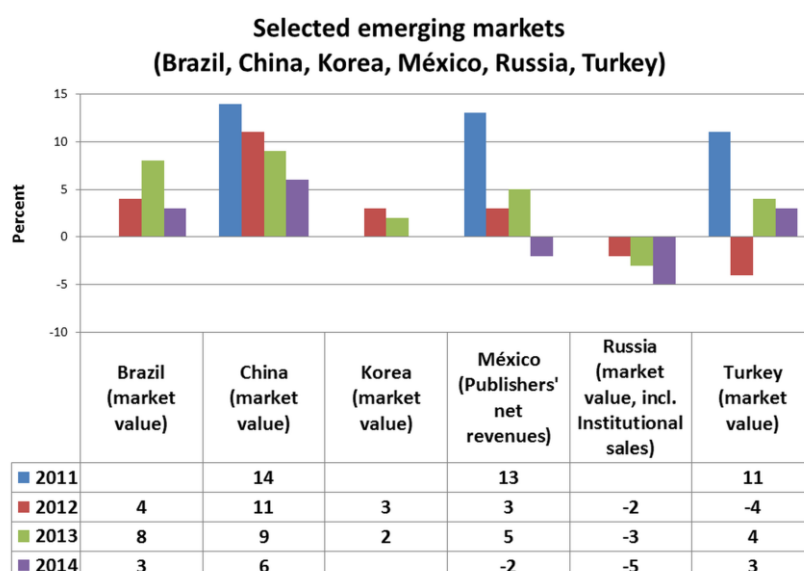
Segundo a pesquisa Global eBook (WISCHENBART *et al.*, 2017), o mercado editorial é moldado por diferentes fatores ao redor do mundo, tamanho de população, nível econômico, todavia as tendência de mercado mostram uma ligeira diminuição da produção impressa e um lento aumento da produção digital, essa constatação é solidamente feita no mercado anglo-saxão pelos dados fornecidos pelas cinco maiores editoras de língua inglesa, denominadas Big Five (Penguin Random House, a Hachette Livre, a HarperCollins, a Macmillan e a Simon & Schuster), o que demonstra que a transição do livro impresso para o digital não foi tão rápida como se imaginava, mas está em curso e tem um forte indício de solidificação ao longo dos anos por causa do crescente acesso e interações propostas pelas novas tecnologias.

Isso destaca que as transformações esperadas para o formato digital de leitura e com isso a promoção de novos hábitos de leitura não foram tão rápidas e drásticas como em outras áreas atingidas pela tecnologia, como na comunicação pelos *smartphones*, redes sociais e aplicativos de trabalho, todavia marca uma transformação real e consistente, porém em passos mais lentos do que o imaginado.

No momento em que o relatório Global eBook aborda a realidade brasileira, ele entra no capítulo Mercados Emergentes, analisando o grupo denominado Bric's (Brasil, Rússia, Índia e China), porém inclui no mesmo contexto os países da Turquia e México. De forma geral, o relatório (WISCHENBART *et al.*, 2017) informa que o mercado editorial digital nesses países melhorou junto à melhoras significativas em

diversas áreas pertinentes a cada realidade nacional, ou seja, o desenvolvimento econômico, social, educacional e etc. desses países alavancou o crescimento do mercado editorial digital. Isso evidenciou uma ampliação desse mercado, todavia nos últimos anos não vem acontecendo como se projetou, inclusive na China, diminuindo assim o crescimento editorial visto nos anos anteriores, processo semelhante ao ocorrido no mercado editorial norte americano só que em proporções inferiores. No Brasil um dos fatores citados que contribuiu para a desaceleração do mercado editorial é a inflação, “inflation has eaten up much of the increase”.

Tabela 9 – Evolução do mercado editorial nos países emergentes



Fonte: Wischenbart *et al.* (2017, p. 98).

Os dados referentes ao mercado editorial digital brasileiro são baseados em estudos e números pesquisados pela PublishNews, amostras de dados de editoras nacionais e players digitais, com a condição específica de “they are trade only, not including foreign language books sales, selfpublishing or library-only platforms”¹³, apresenta Global eBook (WISCHENBART *et al.*, 2017, p. 101).

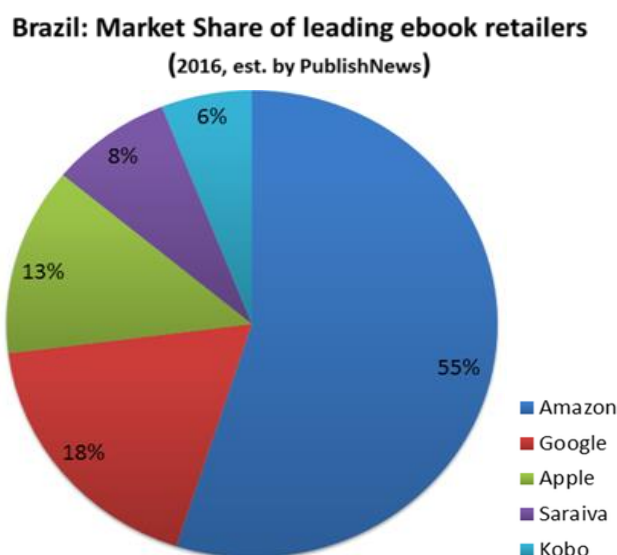
Ao tratar especificamente do Brasil, o relatório Global eBook (WISCHENBART *et al.*, 2017) afirma que o mercado editorial ficou estável, sem grandes perdas e ganhos, nos últimos 10 anos, mostrando que a inflação, o crescimento ou retração

¹³ “comerciais, não incluindo as plataformas vendas de livros em idiomas estrangeiros, plataformas de publicação própria ou apenas bibliotecas” (tradução nossa).

da economia nacional, os fatores internacionais, problemas de gestão e corrupção afetaram diretamente a economia e o mercado editorial nacional. Essa influência é demonstrada pelos dados Nielsen Bookscan, o qual mostra o mercado varejista de livros digitais caiu 3,09% em 2016, vendendo R\$ 1, 57 bilhão e em 2015 as vendas chegou em R\$ 1,62 bilhão; no número de cópias vendidas, a retração foi de 10,8% na comparação 2016-2015.

O mercado digital de varejo, sem contar as vendas de *e-books* de auto publicações, no final de 2016, ficou dividido entre as empresas (WISCHENBART *et al.*, 2017):

Gráfico 7 – Mercado digital brasileiro



Fonte: Wischenbart *et al.* (2017, p. 102).

O gráfico vislumbra a grande vantagem que a Amazon tem no mercado digital nacional em relação às outras empresas, compondo mais da metade do mercado nacional. Contabilizando as três primeiras colocadas (empresas estrangeiras), elas dominam 86% de toda venda varejista no país.

O interessante é que o relatório afirma que o varejo não é o grande objetivo/preocupação do mercado editorial digital no Brasil, mas sim as compras feitas pelo Governo Federal, normalmente correspondendo a 25% de toda venda em atacado. Com os cortes e crises enfrentadas pelo país nos anos analisados, o Governo Federal por dois anos, 2015 e 2016, paralisou ou retardou dois programas

fundamentais para a educação pública e a manutenção do mercado editorial, o Programa Nacional de Bibliotecas Escolares (PNBE), particularmente no direcionamento para as crianças, e o Programa Nacional de Livros Didáticos (PNLD), e dois programas menores: PNAIC e PNBE Temático, estes interrompidos desde 2014. Somente no fim de 2016 o Governo Federal liberou R\$ 1,3 bilhão para as edições de 2017, o que “salvou” o ano de 2016, mas os reais benefícios só poderiam ser vistos em 2017, ano não contemplado na análise do relatório.

O relatório Global eBook (2017, p. 102-103) organiza sua análise, após uma visão geral de mercado digital, em um tópico intitulado “Digital trends in Brazil”, especificando algumas áreas do mercado editorial digital para os próximos anos, divididos em cinco subtópicos (Governo, Educação, Audiobooks, Autopublicação e Tributação):

- **Governo:** A crise afetou qualquer projeto de desenvolvimento digital nacional, mercado que estava se movimentando rápido. O ano de 2017 não será de grandes melhoras, mas relatório esperava uma recuperação econômica em 2018 e 2019.
- **Educação:** As editoras que fazem parte do grupo K12, terceiro maior grupo do Brasil, não desenvolveram suficientemente suas plataformas digitais no país, mas mantiveram o que já existia. Já a Google, em parceria com a FTD, que deixará de investir em sua plataforma, desenvolveu instrumentos específicos da Google for education.
- **Audiobooks:** Mercado que cresceu no Brasil como no Mundo, mas segundo o próprio relatório enfatiza um mercado mais potencial do que relevante. Em 2016, a empresa nacional Ubook cresceu 35% (R\$25 milhões em receita); a Audible, da Amazon, chegou no mercado nacional em 2017 e já opera no país; e a Audioteka já existe, mas não causou nenhum impacto no mercado nacional.
- **Autopublicação:** mercado que está crescendo “silenciosamente”, a plataforma Publique-se, da Livraria Saraiva, aumentou quase quatro vezes suas publicações nos anos de 2015 e 2016; em informações não oficiais, a Amazon estaria publicando 1.500 títulos por mês; e a Kobo’s Writing Life estava em processo de implantação no país quando o relatório foi publicado, porém o processo de autopublicação já ocorreu e funciona normalmente.

- **Tributação:** Os livros impressos são isentos de impostos no país, até 2017 não havia uma legislação própria para os *e-books*. Em março de 2017, o Supremo Tribunal Federal (STF) beneficiou os livros digitais da mesma forma que os livros impressos, dessa forma *e-books* e *e-readers* exclusivos não pagam IVA (Imposto sobre Valor Agregado) e nem impostos de importação.

Na continuação do relatório, há um tópico para situar os principais “players digitais”, plataformas, do livro digital no Brasil, que são: Bookwire, DLD, Amazon, Saraiva, Google, Kobo, Apple, Nuvem de Livros, Árvore de Livros e Minha Biblioteca:

- **Bookwire:** Distribuidora alemã que começou a operar no Brasil em 2015 e conta com a parceria de distribuição de quase 200 editoras é a maior vendedora de *e-books* em volumes de cópias no país.
- **DLD:** Em consórcio com as sete grandes editoras nacionais, a DLD é a maior distribuidora brasileira de *e-books*.
- **Amazon:** Empresa dominante no mercado digital brasileiro, tanto no mercado de *e-books* quanto nas produções independentes, autoprodução. A plataforma com maior sucesso no mercado Brasileiro.
- **Saraiva:** É a maior rede de livrarias brasileiras, mas não investiu nos últimos anos no mercado digital e principalmente na sua plataforma de leitura, o LEV, fabricado pela empresa francesa Bookeen. Somente em abril de 2017 lançou dois modelos mais atualizados de sua plataforma LEV. Em novembro de 2018, a rede de Livrarias Saraiva, com 30% das vendas de livros no país, e 104 anos de existência, 85 lojas em 17 estados, pediu recuperação judicial, pois acumula uma dívida de R\$675 milhões com 1.100 credores. No mês anterior, a Cultura, com 10% das vendas de livros no país, também pediu recuperação judicial com uma dívida de R\$ 285 milhões; no mesmo ano a francesa FNAC encerrou suas operações no país e a Laselva, comum em aeroportos, fechou as portas após a justiça decretar a sua falência, consoante o jornal O Globo (2018). A reportagem aponta que para os “empresários do setor, a turbulência é resultado de uma combinação de má gestão, modelo de negócios

equivocado, crise econômica e concorrência na internet” (O GLOBO, 2018, p. 1).

- **Google:** Por meio da estratégia do Google Play, a Google alavancou sua importância no mercado nacional como uma das maiores vendedoras de *e-books* no Brasil, com 18% do mercado.
- **Kobo:** Empresa Canadense e Japonesa, no Brasil, ela se estabelece com parcerias, principalmente com a Livraria Cultura e atualmente com a editora independente Blook, mas não investe em divulgar a sua plataforma digital.
- **Apple:** A empresa se utiliza de aparelhos multiusos de relevante sucesso no mercado, *iPhone* e *iPad*, para promover o consumo de seus insumos, baseados fundamentalmente nas classes média e alta.
- **Nuvem de Livros:** Plataforma de assinaturas de livros, com 2 milhões de usuários em 2015, tem um catálogo grande, mas pouco desenvolvido nos últimos anos. Sua principal parceira é a empresa do setor de telefonia móvel Vivo.
- **Minha Biblioteca:** Uma biblioteca digital baseada na plataforma em nuvem e armazenamento baseado em servidores Datacenters e consorciada com a STM – A global voice of scholarly publishing. Com nove mil títulos, até o fim de 2016, foi distribuído o acesso às instituições de ensino no Brasil, incluindo faculdades e universidades (WISCHENBART *et al.*, 2017).

Esses dados mostram o quanto o mercado editorial digital nacional é dependente das compras realizadas em atacado pelo Governo Federal e ao mesmo tempo no mercado de varejo, o quanto o desenvolvimento econômico do país influencia diretamente no desenvolvimento do mercado editorial tradicional (impresso) e digital, pois no momento em que os investimentos públicos faltaram, as empresas tiveram uma retração significativa no mercado nacional. Tendo nas empresas internacionais, que conseguem ter a plataforma de leitura, os livros e revistas de assinatura e investem em sua publicidade, uma situação melhor e dominante no mercado brasileiro.

É válido ressaltar que apesar de ser um relatório internacional, ele é feito por um brasileiro conhecedor do mercado editorial nacional e com base nas informações

coletadas pela empresa de comunicação PublishNews, que recolheu os dados fornecidos pelas editoras, grupos editoriais e empresas internacionais que têm operações no Brasil, porém em algumas publicações no próprio portal PublishNews, Carlo Carrenho afirma que alguns dados podem ter variações consideráveis, pela falta de informação de alguns setores e informa que o SNEL está preparando um relatório com dados mais precisos, relatório esse que é publicado alguns meses depois do Global eBook, aquele é o próximo a ser analisado neste *corpus* desta tese. Isso confere a ele um caráter complementar que afirma e desacredita alguns pontos específicos.

4.1.2 Censo do Livro Digital

A escolha do relatório Censo do Livro Digital (2017), ano base 2016, realizadas pela Fipe, CBL e SNEL, é relevante porque é o primeiro e único documento produzido especialmente para esse universo digital de produção e venda das editoras brasileiras, mesmo existindo outros relatórios com números mais atualizados sobre mercado editorial nacional, como os apresentados no capítulo 3. Referentes aos anos de 2017/2018, eles não delimitam o universo digital que esta tese analisa. Sendo um diagnóstico sólido que permite explorar a produção digital no Brasil na segunda década do século XXI.

Observa-se nos dados do Censo do Livro Digital (2017), dados referentes ao ano de 2016, que 37% das editoras que investem no país produzem livros no formato digital. Um número ainda pequeno quando se observa o montante total de publicações – 2.751.630 exemplares de *e-books* comercializados, entre títulos novos e do acervo já existente, totalizam apenas 1,09% do mercado editorial brasileiro, isso contando também a compra de capítulos de livros e assinaturas livros em plataformas digitais. Número que demonstra a amplitude que o mercado do livro digital ainda tem para crescer tem no Brasil.

Utilizando a mesma categorização de outros relatórios sobre o mercado editorial, a pesquisa Censo do Livro Digital (2017) divide a produção editorial digital brasileira em quatro subsetores: Obras Gerais, CTP, Religiosos e Didáticos. Os dados dos subsetores levam em consideração as vendas de *e-books*, conteúdo fracionado e aluguel ou assinaturas de livros. Sendo assim os dois que tiveram maior faturamento levando em conta o rendimento geral desses setores. São as

Obras Gerais com R\$ 24.971.699,38 e o CTP com R\$14.977.763,30; os que tiveram faturamentos menores são: Religiosos, em terceiro lugar, com R\$ 1.325.588,88 e o Didático com R\$ 1.268.865,70, em último lugar.

Outro dado interessante levantado pela pesquisa é o preço médio dos *e-books* por subcategoria, apresentando um panorama que pode explicar, em certa medida, uma adesão maior a esse material digital por motivos econômicos, pois os preços médios mais elevados são os livros Didáticos e os CTP's, este R\$ 35,52 e aquele R\$ 36,54. O restante ficou ainda numa média mais baixa, as Obras Gerais R\$ 10,05 e os Religiosos R\$ 10,06, sendo que a média geral dos *e-books* juntando as subcategorias o valor chega a R\$ 12,52, informa o Censo do Livro Digital (2017,).

Esse valor médio dos *e-books* sempre é visto como um grande atrativo na comparação com os preços dos livros físicos, porém nota-se uma variação média muito pequena em relação aos livros impressos, na pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro (2018), realizada pelas mesmas instituições, o preço médio do livro físico em 2017 foi de R\$ 17,77 e em 2018 de R\$ 18,19. Uma variação pequena, mas significativa em um mercado tão dependente das compras feitas pelo Governo Federal e da vitalidade da economia nacional.

Se comparada ao valor médio dos *e-books* de R\$ 12,52, caracterizando que a mudança de comportamento de consumo e leitura não esteja atrelada simplesmente a um preço mais acessível, fator que deve ser considerado. Todavia deve ser refletido diante de uma nova forma de existir junto às redes sociais, tecnologias e hábitos que se solidificam, isto é, o crescimento de consumo por canais virtuais e uma produção significativa de livros digitais aponta para uma nova maneira de entrar em contato com o livro, a leitura e com o mercado. Isso é um indício que os consumidores/leitores dos materiais editoriais estão ligados a um preço mais acessível, em média, por isso uma nova forma digital de consumir e relacionar-se.

Um fator importante é que a produção de material digital também aumentou, ao menos nas grandes editoras, as de categoria D, as que faturam mais de 50 milhões com os livros físicos e um milhão com digitais. Na categoria de Obras Gerais, os números sobem para 4,51%, o CTP representa 2,28% do faturamento.

Porém o que chama a atenção na análise dos dados referentes ao níveis de classificação das editoras que segue um padrão de faturamento (até R\$ 50.000,00 – classe A; de R\$ 50.000,00 a R\$ 400.000,00 – classe B; de 400.000,00 a R\$ 1.000.000,00 – classe C; e acima de R\$ 1.000.000,00 – classe D), é que as

editoras de menor faturamento, classe A e B, foram as que mais lançaram títulos novos de *e-books*, sendo números surpreendentes, pois as editoras de classe A lançaram 225 títulos e de classe B 39, de forma que as outras duas classes lançaram apenas 15 novos títulos cada, isto é, dos 294 novos ISBN publicados em 2016 76,53% foram publicados pelas editoras de menor faturamento. Isso evidencia um maior investimento nos livros digitais pelas editoras de menor poder econômico, possivelmente por ter um custo de produção menor e, assim, um menor valor de venda, atraindo os leitores pelos fatores econômicos e um novo perfil de leitores.

Tabela 10 – Comparação entre o livro físico e o digital (2017)

FATURAMENTO (R\$) EM 2016				
	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL	% DIGITAL
DIDÁTICOS	1.436.755.942,45	1.268.865,70	1.438.024.808,15	0,09
OBRAS GERAIS	1.023.569.104,47	24.971.699,38	1.048.540.803,85	2,38
RELIGIOSOS	533.054.724,82	1.325.588,58	534.380.313,40	0,25
CTP	879.130.774,62	14.977.763,30	894.108.537,92	1,68
TOTAL	3.872.510.546,37	42.543.916,96	3.915.054.463,33	1,09

Fonte: CBL (2016, p. 6).

Os dados acima demonstram um paralelo entre o mercado editorial do livro físico e do digital, apresentando números que mostram faturamentos significativos em algumas categorias (Obras Gerais e CTP) e menores em outras (Didáticos e Religiosos), todavia uma potencialidade de crescimento em todo o mercado editorial nacional. A subcategoria que teve o maior crescimento digital é a Obras Gerais e é esta que engloba também os livros literários, apontando indiretamente um crescimento similar nas edições literárias no Brasil, o que é confirmado nos números da Tabela 11.

Tabela 11 – Classificação por área temática (2015-2016)

TEMAS	2015		2016	
	NÚMERO DE EXEMPLARES	PARTICIP. (%)	NÚMERO DE EXEMPLARES	PARTICIP. (%)
Didáticos	219.390.259	49,10	207.119.303	48,48
Religião	87.672.975	19,62	88.810.639	20,79
Literatura Adulta	31.649.010	7,08	32.944.143	7,71
Auto-ajuda	19.369.691	4,33	20.429.511	4,78
Literatura Infantil	12.499.466	2,80	16.621.398	3,89
Literatura Juvenil	11.277.437	2,52	10.201.932	2,39
Direito	9.280.811	2,08	7.535.383	1,76
Ciências Humanas e Sociais	7.715.728	1,73	7.200.351	1,69
Linguas e Linguística	6.924.069	1,55	7.174.849	1,68
Biografias	4.193.354	0,94	5.138.616	1,20
Economia, Administração e Negócios e Adm Pública	7.736.148	1,73	4.651.617	1,09
Medicina, Farmácia, Saúde Pública e Higiene	8.292.267	1,86	3.990.219	0,93
Psicologia e Filosofia	1.940.703	0,43	2.482.746	0,58
Educação e Pedagogia	1.983.337	0,44	1.900.017	0,44
Dicionários e Atlas Escolares	920.532	0,21	1.405.867	0,33
Turismo, Lazer e Gastronomia	1.337.063	0,30	1.250.505	0,29
Educação física e Esportes	1.041.909	0,23	1.001.613	0,23
Artes	7.119.870	1,59	757.511	0,18
Agropecuária Veterinária e Animais de Estimação	533.322	0,12	751.945	0,18
Matemática, Estatística, Lógica e Ciências Naturais	1.463.913	0,33	660.175	0,15
Engenharia e Tecnologia	1.001.887	0,22	656.275	0,15
Informática, Computação e Programação	459.708	0,10	597.440	0,14
Arquitetura e Urbanismo	49.699	0,01	45.698	0,01
Outros	2.995.413	0,67	3.860.340	0,90
TOTAL	446.848.571	100	427.188.093	100

Fonte: CBL (2016, p. 8).

Nota-se na tabela acima que há uma diminuição no número de exemplares produzidos de 2015 para 2016, um decréscimo de 4,4% que impactou em um faturamento menor das editoras na esfera de 3,26%, uma retração pequena, mas significativa diante de um mercado ainda editorial ainda pequeno comparado a outros países desenvolvidos. Todavia a dos três segmentos relacionados à literatura (literatura adulta, infantil e juvenil), dois apresentam crescimento percentual na comparação dos dois anos: a adulta e a infantil. Observando os números apresentados, especialmente em relação à literatura infantil, há um aumento que sai 2,8% do total de vendas em 2015 para 3,89% em 2016; a única categoria literária que tem um ligeira queda é a juvenil, que sai de 2,52% do total de vendas em 2015 para 2,39% em 2016.

Essa transformação no mercado digital só pode ser identificada, pois houve uma mudança na pesquisa do mercado editorial feita no Brasil, já que até o ano de 2014 os números do mercado digital estavam integrados aos números do mercado editorial tradicional e apareciam na Pesquisa de Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro. Dessa forma era difícil dimensionar a importância do mercado

digital no Brasil, não se constatando uma real valência dele em números absolutos ou percentuais.

Nesse novo cenário as três entidades (FIPE, SNEL e CBL) segmentam o mercado digital em um novo diagnóstico específico que é o Censo do Livro Digital que tem o intuito de entender a produção e comercialização de *e-books* pelas editoras brasileiras. Esse contexto comercial específico do mercado editorial fica evidente nos números da Tabela 12.

Tabela 12 – Canais de comercialização (2016)

TEMAS	NÚMERO DE EXEMPLARES			
	2015	PARTICIP. (%)	2016	PARTICIP. (%)
Livrarias, inclusive virtuais (vendas diretas)	130.643.748	51,30	119.490.380	52,73
Distribuidores	43.608.767	17,12	39.016.315	17,22
Porta-a-porta e catálogo	24.607.516	9,66	18.527.350	8,18
Igrejas e Templos	11.116.837	4,37	11.069.877	4,88
Supermercado	7.196.043	2,83	7.784.603	3,44
Escolas e Colégios	6.475.933	2,54	5.661.743	2,50
Livrarias exclusivamente virtuais	5.018.607	1,97	5.497.847	2,43
Marketing Direto	4.391.358	1,72	4.485.334	1,98
Empresas	5.857.398	2,30	3.355.281	1,48
Bancas de jornal	4.075.047	1,60	3.246.126	1,43
Exportações	2.076.279	0,82	2.349.671	1,04
Internet (venda realizada pelo site da editora)	2.108.818	0,83	1.656.354	0,73
Biblioteca Privadas	736.034	0,29	524.439	0,23
Venda conjunta com jornais	418.367	0,16	206.882	0,09
Outros	6.349.350	2,49	3.749.332	1,65
TOTAL	254.680.102	100	226.621.534	100

Fonte: CBL (2016, p. 22).

Nesse sentido, os dados apresentados no Relatório de ano base 2016 possibilitam uma orientação maior sobre o impacto que o mercado virtual causa no Brasil e como ele se relaciona com outros meios tradicionais de venda já consolidados. Nos itens listados na Tabela 12 de canais de comercialização, encontram-se três itens relacionados diretamente à venda virtual, um deles integra os dois meios de distribuição de livros: o virtual e o físico que é o primeiro item: *Livrarias, inclusive virtuais (vendas diretas)* que indica aquela loja que tem uma ou mais unidades físicas, mas também tem sua plataforma de e-commerce virtual; como são números associados à venda física e virtual, é difícil estabelecer uma relação de aumento ou diminuição na porcentagem dos livros virtuais comercializados nesse canal, mesmo observando que a comercialização de 2015

para 2016 aumentou 1,43%. Porém nos canais *Livrarias exclusivamente virtuais* e *Internet (venda realizada pelo site da editora)*, há possibilidade de estabelecer um vínculo direto com esse novo contexto de mercado cultural diante das inovações tecnológicas.

Analisando os números do canal *Livrarias exclusivamente virtuais*, nota-se um aumento significativo na comparação entre 2015 e 2016, pois a participação no total de vendas em 2015 foi de 1,97% e em 2016 saltou para 2,43%, indicando que há uma procura pelo ambiente virtual para a compra de livros. Todavia é importante destacar que o canal denominado *Internet (venda realizada pelo site da editora)* apresentou um decréscimo de 0,1% no comparativo 2015 e 2016, uma perda pequena, mas que sinaliza que essa ainda não é uma prática cristalizada na população consumidora de livros no Brasil, pois observa-se que canais mais tradicionais de compra e venda do livro mantiveram-se quase inalteradas ou sofreram pouca perda, como é o caso de ligeiro aumento nos canais de *Distribuidores* e *Supermercado*, e um ínfimo decréscimo na venda em *Escolas* e *Colégios*, uma retração de 0,04%.

Dos canais que tiveram uma maior queda na comercialização de livros são: *Porta-a-porta e catálogo*, *Venda conjunta com jornais* e *Outros*, indicando uma possível migração gradual das formas mais consagradas de compra e venda do livro para novas formas virtuais, entendo que ainda muitos dos leitores que são nativos digitais dependem financeiramente dos pais e/ou responsáveis para realizarem suas compras e estes podem escolher os canais mais tradicionais de compra em detrimento aos novos canais, escolhas estas que talvez os nativos digitais não as farão quando tiverem o controle econômico de suas atividades comerciais.

Analisando os dois relatórios, alguns pontos são importantes para destacar: no Censo do Livro Digital (2017) é notório que a maioria das grandes editoras pesquisadas não tem uma grande quantidade de publicações digitais, elas correspondem a 63% das editoras que atuam no país, evidenciando o potencial a ser explorado no mercado nacional e a necessidade do mercado editorial modernizar-se no Brasil. Outro ponto é que ambos os relatórios não levaram em conta as auto publicações por três motivos principais: o primeiro por estas auto publicações não gerarem ISBN; muitas dessas empresas não são classificadas como editoras; principalmente porque a Amazon não disponibilizou seus dados para ambas as pesquisas, sendo ela a empresa dominante do mercado editorial digital no

país (55% do mercado digital). Dessa forma é impossível considerar os números presentes nesses relatórios como absolutos e irretocáveis. Como o Censo do Livro Digital (2017) ateve-se à produção e à venda, ele não levou em conta situações relevantes no tocante aos livros digitais, especialmente as publicações gratuitas, o que parece corresponder a uma parcela significativa do consumo e leitura no universo digital; um outro ponto importante é que os os livros adquiridos pelo FNDE/MEC (Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação/Ministério da Educação), pelos diversos programas didáticos, têm que ter uma versão MEC Daisy Daisy (*Digital Accessible Information System*) é um *software* desenvolvido pela UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro) que permite a leitura e audição dos livros em uma versão digital. Como as compras governamentais são impactantes na economia das editoras, esses dados não foram contabilizados, se fossem discriminados, seriam relevantes para um melhor detalhamento desse censo.

Os outros dois documentos analisados são direcionados ao entendimento do leitor em seu contexto global e nacional, por isso esta tese atentará, a partir desse momento, a um olhar analítico em relação aos relatórios da Gfk – Frequency of reading books (2017); e o Retratos da Leitura no Brasil 4, do Instituto Pró-Livro (FAILLA, 2016).

4.2 LEITOR LITERÁRIO

O leitor literário também modificou-se ao longo do tempo e das transformações ocorridas no meio de produção, divulgação e acesso às obras literárias, demonstrando que a tecnologia, os *gadgets* impactaram no hábito e formação dos leitores contemporâneos.

4.2.1 Gfk

O primeiro relatório analisado é da Gfk (*Growth from knowledge* – Crescimento do conhecimento), que é uma empresa multinacional que faz pesquisas envolvendo o universo digital de âmbito mundial, normalmente atendendo clientes que precisam de informações e análises que conectam a ciência e dados estatísticos; com diversos escritórios em diversos países nos cinco continentes, um deles é no Brasil.

Em 2017 a Gfk lançou um relatório intitulado *Frequency of reading books*, utilizando uma base de dados que ouviu mais de 22 mil consumidores, com 15 anos ou mais, de 17 países (Alemanha, Argentina, Austrália, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Coreia do Sul, Espanha, Estados Unidos, França, Holanda, Itália, Japão, México e Rússia), conectados na internet para analisar a composição da população online e seus hábitos de leitura online, digital ou impressa.

Essas entrevistas estiveram ligadas a usuários do universo digital, pois foram feitas somente com usuários conectados à internet e suas ferramentas de leitura, excluindo assim os leitores tradicionais que não acessam a internet e/ou não leem por meio de suportes digitais.

Para todos os entrevistados foi perguntado sobre o seu hábito de leitura e as opções de respostas eram sempre: Todos os dias ou a maioria dos dias; Pelo menos uma vez por semana; Pelo menos uma vez por mês; Com menor frequência; e Nunca.

Num primeiro momento, o relatório (GFK, 2017, p. 7) faz um apontamento dos principais dados levantados na pesquisa, destacando:

1. 30% da população online lê livros todos os dias nos 17 países;
2. Quase 60% da população online leem livros diariamente ou uma vez por semana;
3. As mulheres são mais propensas a serem leitoras ávidas do que os homens;
4. Famílias de melhor poder aquisitivo leem com mais frequência do que as com menor poder aquisitivo;
5. A China tem o maior índice de “leitores diários” e a Holanda e a Coreia do Sul o índice maior de “não leitores de livros”¹⁴.

Nessa análise geral, alguns dados dos 17 países divididos por faixas etárias apresentam considerações importantes (GFK, 2017, p. 9):

1. A população entre 15 e 19 anos online são leitores mais vorazes que todas as outras faixas etárias;
2. A população entre 15 a 39 anos são os que têm maior índice de leitores entre leitores diários e semanais, mais de 60% nessa faixa etária;
3. O grupo etário que mais declarou não ler nunca foi o de 60 anos ou mais, atingindo 10% das respostas.

¹⁴ China e Coreia do Sul têm obtido resultados expressivos e modelares no Programa Internacional de Avaliação de Alunos (PISA – *Programme for International Student Assessment*). Revista Educação: <https://www.revistaeducacao.com.br/paises-educacao-excelencia/>.

4. Em todas as faixas etárias a média de leitores, no mínimo mensais, atingiu índices entre 65% e 82%.

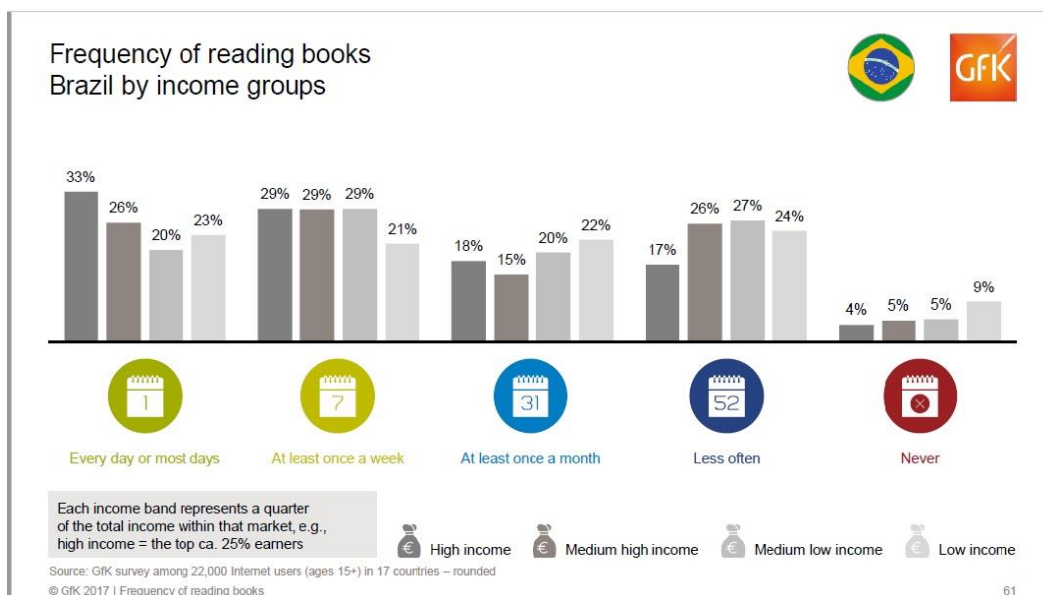
Naturalmente é importante destacar novamente que a pesquisa entrevistou um seleto grupo de pessoas conectadas à internet, o que pode redimensionar a participação de alguns grupos etários e de algumas classes sociais.

Na sequência, o relatório *Frequency of reading books* (2017) destrincha dados específicos dos países identificados no início da pesquisa, apresentando assim informações específicas sobre o Brasil. Os dados gerais sobre o país em questão mostram que o índice de leitores diários chega a 26%, leitores semanais 27%, leitores mensais 18%, constatando um grupo significativo de leitores regulares (71%); tendo leitores com menor frequência uma porcentagem de 24% e de não leitores 6%. Na distinção de gênero, o panorama geral se perpetua entre as mulheres com um índice maior de ávidas leitoras (29%) do que leitores homens (23%). Esse bom comportamento leitor por parte das mulheres é enfatizado também quando se compara os hábitos de leitura no quesito não leitores, aqueles que se declararam como pessoas que não leem nunca, tendo as mulheres um índice menor (4%) do que os homens (8%).

Na análise por faixas etárias (GFK, 2017), a população de 15 a 19 anos mantém a maior média de leitores diários (31%), enfatizando os novos leitores digitais ou dos nativos digitais, porém curiosamente tem no Brasil, diferente do resultado global, o maior índice de não leitores (7%), junto ao grupo de faixa etária de 50 a 59 anos que atinge o mesmo valor percentual.

Em todas as faixas etárias os leitores online frequentes (diários, semanais e mensais) atingem índices acima dos 59%, já dos leitores não frequentes somam, em média 33%. Dos leitores não frequentes o caso mais curioso é o grupo de faixa etária de 60 anos ou mais que teve o menor índice de não leitores, mas o maior de leitores que não são frequentes, 42%.

No quesito econômico, o relatório (GFK, 2017) reitera a mesma posição global dos leitores, o qual tem nas classes mais abastadas melhores índices de leitura do que as classes menos abastadas. Isso só é ligeiramente invertido na categoria dos leitores mensais ou sem uma frequência de leitura constante. Todavia volta a ter entre os não leitores um maior percentual nas classes economicamente menos favorecidas, como é possível constatar no Gráfico 8.

Gráfico 8 – Frequência de leitura e livros – quesito econômico

Fonte: GfK (2017, p. 61).

Os resultados do Brasil são semelhantes aos outros dois países da América Latina (Argentina e México) presentes na pesquisa realizada pela GfK, mostrando alguns desafios comuns para esses países, como o acesso a tecnologia, o incentivo a leitura, a diminuição da desigualdade econômica e seus reflexos nos processos de educação, leitura e acesso aos livros.

4.2.2 Retratos da Leitura no Brasil – 4ª edição

O próximo relatório analisado é o Retratos da leitura no Brasil que está em sua 4ª edição (2016), organizada pelo Instituto Pró-Livro, especialmente pela Zoara Failla que direcionou os estudos, os textos e os dados apresentados ao longo de todo o relatório. A pesquisa teve o apoio da Abrelivros (Associação de Livros Escolares), a CBL (Câmara Brasileira do Livro), o SNEL (Sindicato Nacional dos Editores de Livros) e foi aplicado pelo Ibope Inteligência, com a coleta de todos os dados.

A pesquisa usou um padrão internacional conhecido como CERLAC (*Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe*) – Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) para que os dados possam ser comparados com países que usam a mesma metodologia, especialmente países Ibero-americanos. A pesquisa de campo abrangeu o país

como um todo, entrevistando 5.012 pessoas em 317 municípios, sendo eles brasileiros, residentes, com cinco anos ou mais, alfabetizados ou não.

Esse relatório convida a reflexão sobre os avanços e as dificuldades ainda enfrentadas no país para a formação de uma sociedade efetivamente leitora, também “criar estofos para uma formação humana e crítica que, numa dimensão coletiva, aliada à educação de qualidade, pode conduzir ao progresso.”, afirma Veiga Pereira (2016, p. 5). Segundo o autor, que é presidente do Instituto Pró-Livro, o aumento no número de leitores no país deve estar alicerçado no tripé família, Estado e sociedade civil. Ele justifica que em uma pergunta adicionada ao questionário da 4ª edição a figura da mãe surgiu como principal influenciadora pelo gosto da leitura; ao Estado cabe o papel de investimentos em longo prazo na educação, formação de professores e fortalecimento de programas educacionais; já a sociedade civil com a contínua campanha e projetos de incentivo à educação e à leitura tornam o livro e a alfabetização um processo mais convidativo e prático, pois “uma união de forças faz com que a disseminação e o fortalecimento da leitura sejam um compromisso de todos”, pontua Veiga Pereira (2016, p. 6).

A importância da leitura como ato pessoal, social, cultural se evidencia na constatação de Veiga Pereira (2016, p. 7) ao afirmar:

Traduzindo, a leitura – para fins de estudo e lazer – é capaz de gerar bem-estar, o que resulta em indivíduos mais ativos e produtivos. Um recorte do estudo a seguir que mostra as preferências dos entrevistados em seu tempo livre atesta a inferência acima: segundo os resultados, quem tem o hábito de ler escreve mais, passeia mais em parques e praças, pratica mais esportes e se reúne mais com a família e os amigos do que aqueles que não leem. Não há nada de romântico, portanto, em afirmar que quem lê é mais feliz.

Isso indica que, ao difundir o hábito da leitura no Brasil, as mudanças podem ser mais radicais do que uma simples melhora nos índices de alfabetismo ou escolares, mas sim uma experiência que melhore a qualidade de vida das pessoas, melhore a sociedade, a produção cultural e intelectual do país.

O relatório mantém desde 2007 o mesmo critério para definir *Leitor* e o *Não Leitor*, sendo este “aquele que declarou não ter lido nenhum livro nos últimos 3 meses, mesmo que tenha lido nos últimos 12 meses”; já aquele “que leu, inteiro ou em partes, pelo menos 1 livro nos últimos 3 meses”, segundo Failla (2016, p. 184). Importante questionar o critério adotado pela pesquisa que não leva em conta o que

foi lido nesse período e que um *Não leitor* pode ter lido algo no intervalo de quatro meses e que um *Leitor* tenha lido apenas trechos, parágrafos de diversos livros no período de 3 meses, não consolidando a concepção de leitor em sua íntegra.

Nessa perspectiva, a porcentagem de leitores teve uma leve queda e uma retomada durante as edições da pesquisa, pois em 2007 eram 55% da população estimada como leitora, em 2011 50% e em 2015 56%, com uma variação da população total em torno 15 milhões de pessoa entre 2007 e 2015.

À vista disso os primeiros dados do Retratos da Leitura 4ª edição (2016), ano base 2015, mostram uma ligeira melhora na comparação com os dados coletados em 2011, momento em que 50% da população foi considerada leitora e em 2015 esse número subiu para 56%, um aumento significativo que indica um aumento de 16,5 milhões leitores em cinco anos. Uma das primeiras explicações foi o aumento de entrevistados com nível médio e superior e o ligeiro aumento da escolaridade, em nível superior, da população brasileira.

Tabela 13 – Evolução da escolaridade da população brasileira

Tabela da evolução da escolaridade da população brasileira
(5 anos e mais) - PNAD

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2011	2012	2013	2014
Não alfabetizado	14%	14%	14%	13%	12%	12%	12%	11%	10%	10%	10%	9%
Fundamental I (1º a 4º série ou 1º ao 5º ano)	36%	35%	34%	33%	32%	31%	30%	30%	29%	27%	27%	26%
Fundamental II (5º a 8º série ou 6º ao 9º ano)	24%	24%	23%	23%	23%	23%	23%	22%	22%	22%	22%	22%
Ensino Médio (1º ao 3º ano)	19%	20%	21%	22%	24%	24%	26%	26%	28%	28%	29%	29%
Superior	7%	8%	8%	8%	9%	10%	10%	11%	12%	12%	13%	14%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Failla (2016, p. 28).

Isso demonstra que a escolaridade está ligada a melhores índices de leitura, todavia é importante destacar que essa melhora na escolaridade está atrelada a uma melhora quantitativa do que qualitativa, pois os índices do INAF (LIMA; CATELLI JÚNIOR, 2018) mostram que em 2001 havia 12% da população analfabeta e em 2018 o número baixa para 8%, porém os leitores proficientes que eram 12% em 2001 se mantêm na mesma porcentagem em 2018.

Outro dado interessante que o INAF (LIMA; CATELLI JÚNIOR, 2018) apresenta, e atualiza os dados do Retratos da Leitura, é a porcentagem da população que atinge o ensino superior. Em 2001 eram apenas 8% e em 2018 são 17%, isso é relevante já que os estudantes do ensino superior, especificamente, atingiram 34% de leitores proficientes e apenas 4% foram considerados analfabetos funcionais. Números muito diferentes na comparação com a totalidade em que os analfabetos funcionais atingem 29% da população brasileira, segundo INAF (LIMA; CATELLI JÚNIOR, 2018).

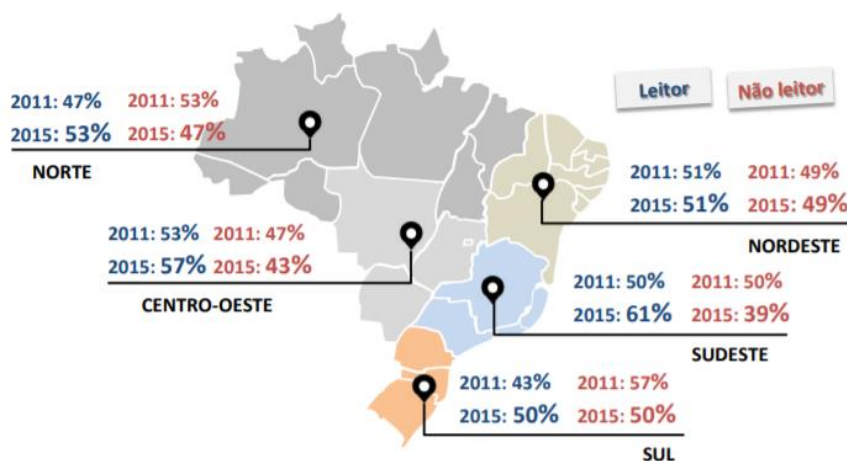
Isso aponta para um ponto fundamental que destaca a necessidade de investir na formação adequada para os anos iniciais e em uma formação contínua para se constituir uma população leitora já que é impossível melhorar os indicadores de leitores e leitura no país sem que se garanta uma alfabetização de qualidade a população, pois quem não consegue ler e escrever uma simples frase não se atreverá a narrativas mais complexas e exigentes, pois à “esse analfabeto funcional não está sendo garantido o direito de ler e compreender um parágrafo, quanto mais um texto ou um livro”, afirma Failla (2016, p. 29).

Retornando aos dados estatísticos apresentados que auxiliam em um primeiro momento na identificação do perfil do leitor brasileiro do século XXI, verifica-se que as mulheres são percentualmente mais leitoras que os homens, corroborando os dados do relatório apresentado pela GFK (2017). Apesar dessa diferença ter diminuído três pontos percentuais da pesquisa de 2011 para a de 2015, ainda há uma prática leitora com maior destaque para as mulheres.

No quesito escolaridade, o relatório Retratos da Leitura (2016) indica que quanto maior a escolaridade, maior a prática da leitura, saindo de 50% de leitores no fundamental I para 82% no Ensino Superior, porém o dado mais curioso no tocante à escolaridade é a comparação do hábito de leitura com as pessoas que estão estudando e aquelas que não estão, pois os que no momento da pesquisa estavam estudando somaram 84% de leitores e apenas 16% de não leitores. Esses números se invertem quando se compara com as pessoas que não estão estudando, os leitores passam a totalizar 46% e os não leitores sobem para 54%, apesar de uma ligeira melhora em relação aos dados coletados em 2011, isso indica claramente a importância que o ambiente de estudo, as exigências acadêmicas, os professores, os próprios colegas de classe exercem sobre a prática de leitura, um aumento de 38% dos leitores quando estão na prática discente.

Quanto a análise do índice de Leitor e Não Leitor por regiões, houve uma melhora em todos os estados com exceção do Nordeste que manteve os mesmos 51% de leitores em 2011 e 2015. A região que mais avançou foi a Sudeste que saiu de 50% e atingiu 61%, as regiões do Norte, Centro-oeste e Sul tiveram um aumento médio de 5%, atingindo índices iguais ou superiores a 50% de leitores.

Gráfico 9 – Perfil do leitor e não leitor por região (2011-2015)



Base: Amostra (5.012)

Fonte: Failla (2016, p. 35).

No momento em que o relatório Retratos da Leitura (FAILLA, 2016) aborda a motivação para a leitura, os três primeiros itens das respostas são: primeiro o gosto, depois a atualização cultural ou Conhecimento geral e por último a Distração; e os que menos motivam a leitura são: exigência escolar ou da faculdade, atualização profissional ou exigência do trabalho e outros.

No item em que especifica fatores que influenciam na escolha de um livro, os três primeiros são: tema ou assunto, dicas de outras pessoas, autor; já os três menos influenciadores são: publicidade/Anúncio, editora, redes sociais. A situação da publicidade como um dos itens de menor influência na escolha de um livro, como não é especificado o tipo de publicidade usada, pode-se imaginar a falta de sincronismo entre o público consumidor digital e propagandas analógicas, entendendo a capacidade que um bom anúncio, uma boa campanha publicitária pode exercer no consumo de forma geral.

Um contraste interessante é demonstrado neste item no momento em que se destrincha esses itens que influenciam na escolha de um livro no contexto integral, pois o item tema ou assunto, é o mais votado no geral, é o mais influente entre os

mais escolarizados, especialmente entre aqueles que têm ensino superior; já aqueles que estão no ensino básico (ensino fundamental e médio), as “dicas de professores” foi o item mais representativo; e na faixa etária de 5 a 13 anos, o item “Capa” foi o principal motivo de escolha. Isso demonstra a evolução da maturidade que o leitor adquire no processo de formação pessoal, intelectual, do gosto pela leitura e suas preferências, pois a ilustração, os desenhos, as cores da capa chamam mais a atenção dos que estão no início da alfabetização e em sua formação de leitor; já os iniciados ainda são tutelados pela instituição escolar e seus agentes; um leitor mais maduro e mais escolarizado já tem suas escolhas pautadas em gostos e assuntos que mais lhe interessem, capitalizando suas necessidades e desejos, dados apontados consoante Failla (2016).

Outro dado interessante que o relatório aponta são os principais locais de leitura informados pelos leitores, os três principais, segundo Failla (2016), nesta edição e nas duas anteriores (2007 e 2015), são espaços tradicionais de leitura: casa em 1º lugar com 81%, sala de aula com 25% e bibliotecas em geral com 19%; os dois primeiros espaços com uma ligeira diminuição percentual em relação aos anos anteriores e o último com um pequeno aumento. É curioso observar que no item que especifica o suporte de leitura nesses ambientes, o entrevistado poderia responder *papel*, *digital* ou *ambos*, os índices de leitores em papel são muito superiores em quase todos os ambientes, todavia se juntar os leitores exclusivamente digitais e os que usam os dois suportes, nos três ambientes citados acima, eles têm média de 21% na casa e nas bibliotecas, mas na escola o que se poderia imaginar um ambiente de inovação, de juventude é, dos três, o que menos interage com a leitura digital, juntando os leitores exclusivos digitais e de ambos os suportes chega-se ao número de 12 %, demonstrando que a escola ainda é um ambiente conservador e tradicional, possivelmente por ser mediado por professores que promovam/estimulem a leitura impressa.

Olhando para a outra ponta dos lugares que menos foram indicados como espaços de leitura, os três com piores índices são: Livrarias (5%), Cibercafé ou *Lan house* (2%) e Cafeterias ou bares (2%), o que se pode imaginar razoável já que não são espaços tradicionais de leitura. A propósito outros lugares não tradicionais de leitura tiveram índices melhores que os três citados acima, isso pode ser justificado por serem espaços de espera por algum serviço ou relaxamento/descanso, o que resulta em momentos breves e/ou longos que possibilitam o ato de leitura, são eles:

parques, praças, shoppings, praia ou clubes (7%), consultório, salões de beleza ou barbearia (8%), ônibus, trem, metrô ou avião (11%).

O dado referente à leitura feita em transporte demonstra um pouco da realidade de grandes cidades que condicionam longos trajetos para o trabalhador, estudante, o cidadão comum ao seu local de trabalho, estudo e/ou passeio propiciando um tempo para a leitura; junto a isso as bibliotecas, espaços tradicionais que se imaginava obsoleto em relação a tecnologia e as possibilidades de pesquisa, interações virtuais e leitura promovidas pela tecnologia, cresceram em sua utilização para a apreciação de uma revista, livro e etc., que em sua maioria ocorre no papel impresso, com média de 80% dos leitores usando o suporte de livros em papel tanto em bibliotecas públicas quanto privadas.

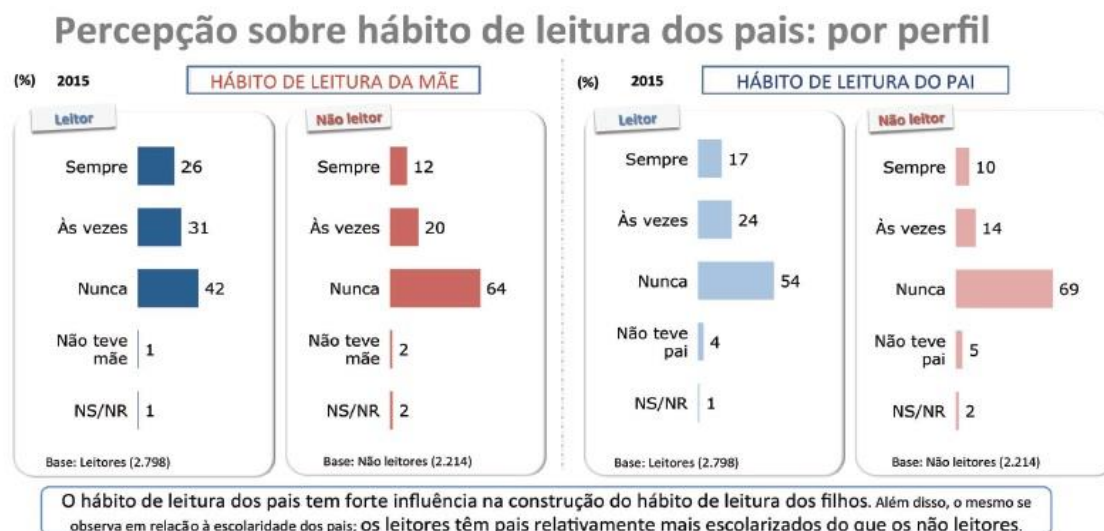
Surpreendentemente as Livrarias, especialmente depois do conceito moderno de *Mega Stores* e seus espaços para leitura e interação, não foram citadas como espaços de leitura e por motivos claros tem uma supremacia de leitores em suporte impresso, por ser um lugar que privilegia esse material, esse espaço serve de acesso a leitores exclusivos digitais de apenas 3%. Os ambientes citados em segundo lugar (parques, praças, shoppings, praia ou clubes) têm um acesso que se mantém na média dos demais espaços para leitores em suporte de papel, apresentando 14% de exclusivos em suporte digital e 12% de leitores em ambos os suportes. Os únicos ambientes em que há uma inversão de proporções são os Cibercafés e *Lan houses*, locais que têm 42% dos leitores usando o suporte digital, isso se justifica por um espaço preparado para conectividade, identificado com um grupo social com mais afinidade a tecnologias e ferramentas digitais, porém é importante ressaltar que foi um dos ambientes indicados como menos frequentado para leitura, apenas 2% usam esses lugares como espaços de leitura.

Ao tratar do gosto pela leitura, o relatório Retratos da Leitura (FAILLA, 2016) mostra que os índices melhoraram na comparação com as edições anteriores, pois 73% dos entrevistados afirmaram que gostam muito ou um pouco de ler; os que não gostam de ler são 23% e os que não sabem ler apenas 4%. Porém o que chama a atenção é que o hábito da leitura está atrelado a sua formação educacional, pois quanto maior a formação, maior o hábito de leitura, atingindo 57% do ensino superior que gostam muito de ler contra apenas 25% no fundamental II; e na comparação entre estudantes e não estudantes essa realidade fica ainda mais visível, pois 89% dos que estão inseridos em algum nível educacional responderam

que gostam muito ou um pouco de ler, já não estão inseridos no ambiente escolar, 68% afirmaram gostar muito ou um pouco de ler, um decréscimo de 21% de leitores. Isso é confirmado no momento em que o relatório indica os influenciadores do ato de leitura. Em segundo lugar estão “algum professor ou professora”, com 7% das pessoas que se sentiram influenciados pelo gosto da leitura, informa Failla (2016). Isso evidencia que a figura do professor e o ambiente escolar ainda são relevantes na formação de leitor e principalmente no gosto pela leitura

Porém um fato importante para ressaltar é que a principal figura que o relatório destacou como influenciadora pelo gosto pela leitura não é o(a) professor(a), mas sim a “mãe ou responsável do sexo feminino”, pois os leitores (15%) e os não leitores (6%) indicaram essa figura familiar como principal incentivadora à leitura. Há ainda mais uma curiosidade: a figura da mãe e/ou responsável do sexo feminino é aquela que aparece também, com certa vantagem sobre as demais categorias, em todas as etapas de escolaridade, do ensino fundamental I até o superior, inclusive citada pelo grupo dos não alfabetizados, reforçando a fala de Sacristán (2008, p. 103), que a leitura deve ocorrer “dentro e fora da sala de aula”, demonstrando a importância do ambiente familiar, social e não pedagógico (fora da escola) tem para a formação do leitor e seu hábito de leitura.

Essa percepção se consolida no gráfico que evidencia que o hábito de leitura dos pais influencia na formação do hábito de leitura dos filhos, afirma Failla (2016, p. 209).

Gráfico 10 – Perfil de leitura dos pais (gêneros)

Fonte: Failla (2016, p. 209).

Esse cenário de uma formação ampla de leitores é ratificado na comparação entre os leitores e não leitores no item em que os entrevistados foram questionados se os pais ou alguém da família lhe deram livros de presentes, sendo que 48% dos leitores afirmaram receber livros como presentes da família, contra 21% dos não leitores, consoante Failla (2016). Isso também é reforçado ao comparar os dados dos leitores compradores de livros, os que gostam muito ou pouco de ler totalizam 92% dos compradores de livros, enfatizando que o hábito de leitura é motivador de novos leitores e novas leituras.

Esse perfil de leitor não especifica diretamente o leitor literário, mas sim um perfil geral sobre a leitura no Brasil, todavia a partir do item intitulado “o que lê” no relatório Retratos da Leitura (FAILLA, 2016), é possível delimitar características fundamentais de um perfil do leitor literário no Brasil. Um fato importante e destacado em todas as comparações é o livro da Bíblia, destaque do livro mais lido por estudantes e não estudantes, do fundamental I até o ensino superior, o mais citado como o último livro mais lido e o mais lido nas faixas etárias de 18 a 70 anos ou mais. Só não está no topo da lista nas faixas etárias dos 5 aos 17 anos.

Isso pode ocorrer por causa do caráter religioso do livro e o Brasil ser um país permeado de religiosidades; por ser um livro que o leitor lê um versículo ou um parágrafo por dia e já se sente leitor da obra como um todo; ao responder o questionário, lembrou-se com mais facilidade dessas leituras pessoais ou de rituais

religiosos, por isso, é o mais citado como o último livro lido ou que ainda está lendo, com uma diferença absurda, mais de 2.000% para o segundo e terceiro colocados.

Esta tese não entrará no mérito se a Bíblia é um livro de ficção e assim pertencente ao universo literário ou um livro historiográfico com narrativas reais sobre acontecimentos ligados ao universo místico e sagrado, por isso os dados referentes à leitura da Bíblia não serão considerados no âmbito da leitura literária.

Um ponto importante para definir o perfil do leitor literário no século XXI é que os que tem no gosto ou interesse pessoal, a maior motivação para a leitura, esse interesse só se modifica na faixa etária dos 70 anos ou mais se alterando para um motivo religioso como principal motivação, afirma Failla (2016). Nesse sentido é nítido que o leitor tem em suas escolhas um interesse pessoal que é formado ao longo de sua trajetória de vida e indica alguns assuntos são especialmente valorizados.

Dos gêneros de leitura apontados no relatório (25 no total), pode-se definir 7 como vinculados ao universo literário: *Contos*; *Romance*; *Infantis*; *Histórias em quadrinhos, gibis ou RPG*; *Poesia*, *Biografias* e *Juvenis*. Dentre essas características os mais lidos são *Contos* e *Romances*, este último com a mesma porcentagem de leitores. Os menos lidos são *Juvenis* e *Biografias*, também entre os estudantes e não estudantes; os que se encontram no meio dos grupos já citados e com número bem parecidos são os gêneros *Infantis*; *Histórias em quadrinho, gibis ou RPG* e *Poesia*.

De todos os gêneros ligados à leitura literária, aquele que tem maior crescimento de leitura em relação ao nível escolar é o Romance, isto é, é o mais lido entre os que estão no Ensino Superior, ultrapassando o Conto que tem índices estáveis de leitura em todos os níveis educacionais. O que se comprova ao observar os leitores por faixa etária é que o Romance é gênero literário mais lido entre os leitores de 18 a 39 anos.

A predominância do gênero romance entre os livros literários se comprova ao analisar os livros literários listados como sendo o último ou o que se está lendo no momento, são eles (FAILA, 2016, p. 219): “*Diário de um banana, A culpa é das estrelas, Cinquenta tons de cinza, Esperança, Cidades de papel, A maldição do titã e a A menina que roubava livros*”. Curiosamente observando a pergunta seguinte feita aos leitores que, é o nome do autor do último livro lido ou que está lendo atualmente, como nem sempre o entrevistado lembra o nome do autor do livro lido

ou em processo de leitura, os nomes não batem com a lista de livros citadas na resposta anterior. Por isso, nesse sentido, nota-se que nomes cristalizados na história da literatura nacional e nomes populares e atuais surgem com facilidade, como é o caso da citação de Machado de Assis e Paulo Coelho, mesmo não tendo nenhum livro desses autores incluídos na resposta anterior.

Importante reforçar que a *Bíblia* está entre os livros mais lidos e o mais marcante para todos os índices que aparecem no relatório *Retratos da Leitura de 2016*, justificando que “28% dos entrevistados pertencem a religiões em que a leitura da Bíblia é central para o fiel”, afirma Failla (2016, p. 224). Porém estes números não estão sendo analisados por esta tese entender que não se trata de um livro literário.

Isso gera um fato interessante já que todos os livros literários citados são de autores estrangeiros, mas nas respostas dos autores dos livros lidos, surgem nomes de autores nacionais que não têm nenhum livro citado na resposta anterior. Evidente que algumas respostas ligaram corretamente autor e obra, porém o surgimento de autores descontextualizados com as obras indique um perfil de leitor pouco atento ao contexto externo da obra (autor, editora, ano de publicação, tradição literária de um país), atendo-se exclusivamente a uma história, um enredo que o captive e/ou chame a atenção midiaticamente como ocorreu com diversos dos livros citados que tiveram suas publicações atreladas a produções cinematográficas e que uma iniciativa alavancou a outra, como *A culpa é das estrelas*, *Cinquenta tons de cinza*, *A menina que roubava livros* e *A maldição do titã*. Atitude que é corroborada pelo dado que 47% dos entrevistados leem por gosto ou interesse pessoal, informa Failla (2016), valendo-se de um interesse, um gosto, uma curiosidade para buscar o seu livro de leitura literária e não de uma tradição de autores ou livros canônicos instituídos por uma escola, faculdade, por um crítico literário, mas sim por instituições mais midiáticas e comerciais.

Todavia, por uma circunstância de momento ou por influência da tradição de livros e autores clássicos, quando os entrevistados foram questionados sobre o autor do último livro lido ou daquele que está lendo, surgiu os nomes de Machado de Assis e Paulo Coelho, dois imortalizados pela Academia Brasileira de Letras, mesmo este tendo alguns questionamentos e posicionamentos contrários à qualidade de sua produção, o que não é motivo de investigação desta tese, é o autor brasileiro mais traduzido e vendido no exterior. Isso evidencia que há um peso das instituições

formativas educacionais e culturais no imaginário e no processo de formação dos leitores, pois isso é confirmado quando os entrevistados são questionados sobre os livros que mais os marcaram e dos autores que mais gostam e, além dos livros estrangeiros citados, surge nesta lista obras interessantes como: *Turma da Mônica*, *O Sítio do pica-pau amarelo*, *Dom Casmurro*, *O Alquimista*, *Meu pé de laranja lima* e *Vidas secas*. Dentre os autores que mais gostam, surgem os nomes: *Monteiro Lobato*, *Machado de Assis*, *Maurício de Sousa*, *Jorge Amado*, *Carlos Drummond de Andrade*, *Cecília Meireles*, *Vinícius de Moraes* e *José de Alencar*, segundo Failla (2016).

Como já referido, essa divergência entre os livros e os escritores mais citados nas respostas não aparecerem, pelo menos uma vez, na lista do último livro lido ou do livro que está lendo, pode ser uma circunstância de momento em que o leitor de *O Alquimista*, de Paulo Coelho, estar se aventurando em outras leituras ou o leitor de *Dom Casmurro*, de Machado de Assis, procurar novas experiências dentro do universo da ficção. Ainda assim é possível aventar outras possibilidades, uma delas é que o leitor do século XXI não está interessado nas leituras e autores clássicos, malogrando a ideia de um cânone de melhores livros, e estão motivados a lerem por outros motivos mais midiáticos e em outros suportes e outras formas de serem representados, como o cinema; ou o contexto externo ao livro, como já citado, não faz diferença para o leitor que está focado na história, no enredo e não se preocupa com o autor, editora, ano de publicação e ao ser questionado sobre esses itens resgata um autor nacional que facilmente está ligado à tradição da literatura brasileira.

Entre essas possibilidades discutidas, há um forte indício de que esse leitor literário contemporâneo que lê por interesse pessoal (42%) não esteja interessado pelos fatores externos da obra, pois, na pergunta, escritores que mais gostam, 28% *não sabem ou não lembram* e 34% afirmaram *nenhum*, indicando que a maioria dos leitores (64%) não leem por causa do escritor, de sua fama, de sua tradição literária ou de sua importância histórica, mas sim por um *gosto ou interesse pessoal*, segunda Failla (2016). Essa constatação é corroborada na pergunta seguinte, consoante as quais são os escritores que os entrevistados mais conhecem e 58% afirmaram não lembrar ou não conhecer nenhum, sendo que estes mesmos afirmaram estar lendo ou ter lido um livro recentemente, demonstrando que essas informações externas a história narrada não influenciam na escolha do leitor.

Outro indício relevante é que mesmo os leitores não se baseando na tradição literária clássica para escolher os livros literários, ainda há uma forte repercussão de uma formação escolar e cultural, mesmo com todas as dificuldades de formação qualitativa, que reforça a tradição literária nacional, pois na pergunta sobre os escritores que mais gostam de ler, há somente um autor que não é brasileiro, *John Green*, autor do livro “A culpa é das estrelas”, o mesmo que também aparece solitariamente na lista dos escritores mais conhecidos pelos leitores, o que pode indicar uma dificuldade ou distanciamento com a língua inglesa, já que na lista dos livros literários mais lidos, todos são de origem de língua inglesa, mas isso não parece se confirmar, já que nessa pergunta sobre os escritores mais conhecidos, os entrevistados poderiam responder qualquer escritor, inclusive os que não são do âmbito literário, porém dos 15 mais citados, somente 3 não são deste universo: Augusto Cury, Zíbia Gasparetto e Chico Xavier, enquadrando-se em livros sobre religião, espiritualidade e autoajuda. O restante remonta a tradição da literatura nacional, com a exceção do já mencionado John Green, em ordem decrescente dos mais citados para os menos: *Machado de Assis*, *Monteiro Lobato*, *Paulo Coelho*, *Jorge Amado*, *Carlos Drummond de Andrade*, *Maurício de Sousa*, *Cecília Meireles*, *Clarice Lispector*, *José de Alencar*, *Vinicius de Moraes* e *Érico Veríssimo*, segundo informação de Failla (2016).

É importante destacar que o leitor literário presente no século XXI é aquele que está presente na internet, pois 127 milhões de pessoas tinham acesso a internet no Brasil em 2015 e 15% utilizam a internet e suas ferramentas para a leitura, isso sem considerar que 50% usam a internet para acessar redes sociais, blogs e fóruns, que também é um processo de leitura significativo, mas considerando a leitura de livros e compartilhamento de informações sobre eles, 19% são estes que compartilham livros, textos e informações, constituindo uma realidade importante que mesmo em maior ou menor grau a leitura digital está presente em todos os ambientes: casa, sala de aula, trabalho, bibliotecas, ônibus, trem, metrô, parques, shoppings, cafeterias e etc.. Entende-se com isso que o leitor literário contemporâneo tem acesso a internet e a ferramentas tecnológicas, especialmente no *smartphone* (56% já leram em um *smartphone*), e lê nos diversos ambientes que possibilitam o acesso a rede. Todavia são os que também leem o livro impresso, o que explica a estagnação do mercado digital no Brasil e no mundo.

Restringindo esse olhar ao mercado nacional, é possível afirmar que o leitor literário também é pouco conhecedor dos *e-books* das plataformas que possibilitam a sua leitura, pois ainda em 2015, 59% não sabiam dos livros digitais. Desses, 52% não demonstraram interesse e apenas 7% queriam saber um pouco mais, indicando que falta um investimento maior no marketing e divulgação dos livros digitais e nas plataformas.

Como foi constatado, o brasileiro tem o seu maior acesso a internet por meio dos *smartphone*. O custo por aparelhos que possibilite ter um livro digital parece ser um empecilho, porém as classes que mais consomem são as B e C, totalizando 85% dos leitores digitais e as classes D e E somam apenas 6% desse universo o que parece uma barreira intransponível, mas cada vez mais essa tecnologia se barateia e se torna acessível, sem considerar a quantidade imensa de conteúdos literários digitais disponíveis gratuitamente na internet e imensidão incontável de materiais não oficiais disponíveis na internet. A pirataria, impossível de ser mensurada, possibilita uma transposição clara do valor financeiro das classes D e E aos livros digitais, mas não aos suportes tecnológicos.

O impacto que a tecnologia causa na formação do leitor literário é difícil delimitar quais são os aspectos exclusivos que particularizam essa prática. Todavia é possível destacar que é um processo recente e em estudo que traz particularidades na formação do leitor em relação às novas formas de interação com o texto e a tecnologia, o hipertexto, o manuseio das plataformas digitais que dão acesso aos textos digitais, as novas formas de literatura que se aproveitam das novas tecnologias, exigindo novas habilidades de leitura que andam concomitantes com as práticas de leitura tradicional.

Na realidade atual não surgiu um leitor exclusivo digital, mas sim um leitor híbrido que circula por ambos ou múltiplos ambientes e plataformas de leitura, isso não quer dizer que as novas tecnologias são responsáveis pelo aumento no número de leitores no país, porém é possível afirmar que o acesso ao livro literário se tornou mais plural e interativo, ultrapassando barreiras físicas, etárias, regionais e sociais. As novas formas de arte literária estão sendo exploradas e pedem novas formas de leituras, o mercado cultural do livro nacional luta para sobreviver num país de poucos leitores, mas investe pouco na popularização dos livros digitais o que impacta também em um processo estável de evolução das novas plataformas e livros digitais no Brasil.

É perceptível uma mudança na formação, no consumo e nos hábitos dos leitores literários, mas nada que invalide ou acabe com as formas tradicionais do mercado e formação do leitor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente tese investigou a influência que a tecnologia promoveu na produção e comercialização de literatura e formação do leitor literário no século XXI, observando circunstâncias específicas, como: a literatura produzida nesses anos iniciais, o mercado editorial, o leitor e sua formação como leitor literário. Vale ressaltar que foi possível destacar aspectos principais dessa influência e alguns dados ficaram marcados pelo período em que os dados analisados foram lançados como relatórios oficiais.

Esta tese se organizou, diante do objetivo principal de compreender o leitor literário diante das transformações do mercado editorial e sua produção, em capítulos que segmentaram a análise de itens específicos que depois compuseram uma visão mais ampla sobre o tema abordado.

Sendo assim foi verificado que a tecnologia influencia o mercado editorial, as produções literárias e a formação do leitor literário contemporâneo no século XXI. Isso foi comprovado nas discussões apresentadas nos quatro capítulos: a literatura produzida diante desse novo contexto; o leitor e sua formação no século XXI; a reação do mercado editorial defronte às novas tecnologias; e o novo leitor literário neste cenário de múltiplas possibilidades de acesso, plataformas e produções.

Como o século XXI é repleto de inovações tecnológicas que modificam significativamente a vida, o hábito, o dia a dia de milhares de pessoas, é justificável que esse cenário também tenha uma interferência na produção, comercialização, leitura e formação dos novos leitores literários. Por esse motivo a compreensão do leitor literário no século XXI não é a mesma identidade do século XX, não há mais uma visão homogênea sobre os perfis de leitores literários, pois existem diversas práticas que surgiram de um novo contexto cibernético que não faziam parte da realidade do século passado, mesmo quando observa-se o fim deste e suas rupturas.

Isso foi demonstrado diante das transformações presentes no século XXI, avaliou-se os impactos que essa tecnologia causou no dia a dia da sociedade mundial; verificou-se mudanças na forma como a arte se manifesta nesse contexto, especialmente a literatura, observou-se exemplos concreto dessas manifestações multimodais que é a narrativa transmídia, e a discussão de como se configura a crítica literária nesse novo ambiente.

Na sequência voltou-se o olhar para a formação de leitor e a importância da leitura na formação pessoal, social e cultural de uma família, uma comunidade uma nação. Constatou-se a importância e a incumbência da escola nesse processo formativo e também a responsabilidade do grupo social que está no entorno desse aluno/cidadão (os mediadores de leitura), como peça indispensável para o leitor; adentrou-se nas ferramentas existentes que podem auxiliar na formação desse leitor rodeado de tecnologia e como usá-la em sua formação direta.

O mercado editorial e suas transformações foram analisados e entendeu-se que há uma nova configuração de produção, divulgação e comércio de uma obra literária, discutiu-se os novos consumidores ou os e-consumidores; as novas plataformas que possibilitam o acesso, produção e comercialização da obra literária, como: *smartphones*, *tablets* e *e-readers*. Constatou-se uma nova relação do leitor com o objeto de leitura, tornando-se não apenas um leitor/consumidor passivo, mas sim um agente que interfere diretamente na produção das obras literárias.

Por fim a tese baseou-se nos relatórios que fundamentam os resultados obtidos, a discussão sobre o mercado editorial em números de um relatório internacional (Global eBook) e outro nacional (Censo do Livro Digital); e a análise do leitor literário com base em um relatório internacional (Gfk) e outro nacional (Retratos da Leitura no Brasil), para assim apresentar aspectos relevantes sobre esse leitor literário contemporâneo, o que pôde ser observado nesta tese.

É notável que as novas tecnologias, pois, é impossível conceber que há uma só tecnologia em ação, promoveram transformações relevantes na interação do leitor com a obra de arte, com a pintura, com a literatura, uma vez que as formas de interação, por meio de plataformas, se tornaram diversas e cada vez mais reais, entendendo que isso ainda tende a evoluir e se transformar em períodos contínuos, como é o caso da realidade virtual cada vez mais acessível e utilizada em residências e não necessariamente em empresas de tecnologia.

O relatório da Global eBook apontou para um domínio da Amazon na captação, produção e comercialização das publicações no mundo, especialmente em uma categoria mais recente que é a auto publicação, porém infelizmente a empresa não disponibiliza seus dados para que estes possam ser comparados e analisados nesse novo cenário mercadológico.

Apesar de indicar um crescimento exponencial e uma estagnação nos mercados Norte americanos e do Reino Unido nos primeiros dez anos, a Global

eBook apontou para uma crescente adesão dos livros digitais e indicou o acesso às novas mídias, aos novos aparelhos e à internet como um fator primordial para esse crescimento mais moroso. Curiosamente nos dois mercados citados, o crescimento de venda de *e-books* está ligado aos *Best-sellers* e aos livros de ficção e não demonstra esse potencial nos livros de não ficção, corroborando a importante significância que a literatura tem no mercado consumidor atual, nos leitores e fãs.

Ao tratar do Brasil evidenciou-se a grande importância que as compras governamentais adquirem no mercado editorial nacional, a ponto do relatório Global eBook afirmar que as vendas de vareja têm pouco impacto no comércio, porém os cortes institucionais, as crises financeiras e instabilidades econômicas impactam diretamente no crescimento e desenvolvimento do mercado do livro.

É importante destacar que os dados apresentados nesse relatório são coletados pela empresa PublishNews e que se baseou nos dados fornecidas pelas Editoras, isto é, os números oficiais, porém não tem acesso aos números da Amazon no Brasil, que domina 55% do mercado nacional, expondo também certa fragilidade que é comum a todas as tentativas de mapear um universo tão amplo e mutável.

O relatório Censo do Livro Digital feito sobre o mercado editorial nacional é importante, pois é o único que se propôs a analisar exclusivamente os dados do livro digital sem misturar com os livros impressos, possibilitando entender o panorama deste mercado no Brasil.

O mercado editorial nacional tem grande potencial para se expandir e promover inovações e novas práticas de leitura no ambiente dos *e-books*, pois esse segmento representa apenas 1% do mercado de vendas no país, apesar de 37% das editoras investirem em produção e comercialização de livros digitais.

Uma das constatações importantes foi entender que o livro digital ganha espaço no mercado editorial nacional não por ser simplesmente mais barato como comumente se imagina, pois o preço médio, apresentado por esse relatório, de um *e-book* foi de R\$12,52; já o relatório de Pesquisa de Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro (2018) apontou que o preço médio do livro físico em 2017 foi de R\$ 17,77 e em 2018 de R\$ 18,19. Entendeu-se assim que a maior adesão não está atrelada exclusivamente ao preço, mas sim ancorada na necessidade de consumir, ler e interagir com a obra adquirida.

Um dado interessante apresentado pelo Censo do Livro Digital é que as Editoras de menor porte foram as que mais lançaram livros no formato digital, possivelmente isso esteja atrelado ao custo de produção mais baixo e ao entendimento de uma mudança de público consumidor, potencializando suas vendas para o cenário mais promissor. Essa mudança também se confirma nos canais de comercialização das obras, pois os virtuais foram os que tiveram um aumento de acesso para a compra, enfatizando uma mudança de hábito também na opção do canal de compra de uma obra.

Outro dado relevante indicado nesse relatório é que o mercado editorial brasileiro nos últimos anos sofreu com a crise econômica interna, contudo as vendas de livros literários se mantiveram estáveis ou com pequeno crescimento, corroborando a informação do relatório da Global eBook, que mostrou um crescimento de vendas de *e-books* nas categorias de *Best-sellers* e ficção no mercado Norte-americano e no Reino Unido, consolidando a importância da literatura como prática comercial, mas fundamentalmente como uma prática cultural e formativa importante.

Algo importante a ser considerado no Censo do Livro Digital é que ele não analisou o universo das auto-publicações, primeiro por não gerarem ISBN, pois muitas empresas que fornecem esse serviço nem sempre são editoras e, principalmente, pela Amazon não fornecer os seus dados e dominar 55% do mercado nacional. Outro ponto é que as compras governamentais não foram contabilizadas, influenciando diretamente nos dados apresentados, pois esse é o grande fator de desequilíbrio do mercado editorial brasileiro.

Considerações essas que indicam novamente a dificuldade de delinear com clareza a real dimensão do mercado editorial digital no mundo e no Brasil, isso pois é impossível mensurar quantitativamente e qualitativamente o mercado pirata de livros. Esses obstáculos reforçam a magnitude dos livros digitais, do mercado existente que pode ser explorado e as novas práticas de leitura já concretas e existentes no século XXI, reforçada nos dois relatórios os hábitos de lerem obras ficcionais, ou seja, constatou-se que leitura literária continua com uma prática social, cultural e mercadológica importante, agora carregada de novos leitores, novas práticas, novas formas de expressão literária, consumo e interação.

Esse cenário indicou que o leitor, a literatura e o mercado estão em constante adaptação ao cenário do século XXI, pois as transformações ocorridas exigem

habilidades de todas as partes envolvidas no processo produção, comercialização e leitura literária, promovendo novas práticas já consolidadas nos últimos séculos. Dessa forma observou-se que essa transição constitui um novo universo em expansão que influencia na leitura cotidiana, na produção da literatura e na interação do leitor literário com a obra, autor e editor.

.Analisou-se os relatórios referentes à leitura e verificou-se que a Gfk fez uma pesquisa abrangente com 22 mil entrevistados em 17 países diferentes, o que proporciona uma visão ampla sobre a leitura no mundo. Porém toda a pesquisa foi feita online, causando uma restrição aos que não tem acesso a internet e aos meios tecnológicos de interação digital e aos que não são tão sequeiros por tecnologia ou não são nativos digitais.

Apesar dessa consideração, o relatório apontou dados interessantes indicando de 30% dos entrevistados leem todos os dias e quase 60% leem online, tendo nas mulheres um grupo mais interessado pela leitura que os homens, fato confirmado nos outros relatórios analisados.

Consoante aos dados levantados em todos os relatórios pesquisados, este apontou que os leitores mais vorazes estão na faixa etária dos 15 a 19 anos, sendo que na faixa dos 60 anos ou mais, houve a maior quantidade de declarações de que nunca leem nada. Ressaltando que a pesquisa foi feita totalmente online, impossibilitando a participação de um grupo de leitores que não se interessam ou não têm acesso a internet e suas ferramentas.

Ao analisar os dados referentes ao Brasil, os dados globais corroboraram os dados nacionais, pois apresentou as mulheres como leitoras mais ávidas que os homens; o maior grupo de leitores diários está na faixa etária dos 15 a 19 anos; os leitores online atingem mais de 59% dos entrevistados; e 71% leem regularmente no país. Porém ainda há uma desigualdade econômica que interfere no hábito de leitura, uma vez que os de classes mais abastadas são mais ávidos pela leitura. Novamente esse dado pode sofrer interferência pela necessidade de acesso a ferramentas tecnológicas para responder essa pesquisa, impossibilitando certas classes sociais de entrarem nessa estatística.

O relatório Retratos da Leitura no Brasil – 4ª edição mostrou que a formação de leitores no país está alicerçada no tripé família, Estado e sociedade civil. Com um número menor que do Gfk mais ainda significativo, os leitores no Brasil totalizam 56% da população, tendo uma influência direta o grau de escolaridade na formação

dos leitores, pois o relatório indica que o hábito de leitura constante está associado a uma formação escolar; ratificando os dados do relatório anterior. O relatório Retratos da Leitura no Brasil indicou as mulheres como leitoras mais ávidas que os homens e acrescentou a informação que as mães são as principais influenciadoras na prática leitora, mais que a escola, professores, mídias e etc.

Um ponto de destaque que auxiliou na compreensão do leitor literário é o item que mostrou o que mais motiva a leitura foi o gosto particular e o que mais influencia a leitura na fase escola é o tema ou assunto. Isso evidenciou, observando os gêneros ligados à literatura dentro do relatório (contos, romances, infantis, histórias em quadrinho, gibis ou RPG, poesia, biografia e juvenis), que os leitores literários escolhem suas leituras baseadas em seu gosto e/ou um tema de interesse, fugindo de uma leitura canonizada ou indicada pela escola, pois verificou-se que, dos livros literários citados, os de origem estrangeira prefiguram entre os mais lembrados e lidos, porém ao pedirem os nomes dos autores, em sua grande maioria, os nomes citados foram de autores nacionais.

Fato esse que pode parecer um contra senso também indicou que o perfil do leitor literário do século XXI não está ligado à tradição clássica da literatura ou a um cânone pré-estabelecido, pois se verificou que o leitor está preocupado com o conteúdo, com o tema, uma vez que o autor é somente o terceiro item citado como influenciador na escolha de um livro e as editoras estão entre os itens que menos influenciam na escolha do leitor. Reforçando dessa forma a compreensão do perfil do leitor literário contemporâneo: desligado da tradição canônica, construída durante os séculos anteriores, impregnada por grandes escritores, grandes editoras, grandes críticos e uma tradição acadêmica, já que a escola foi citada como uma das situações que menos motiva a leitura.

Um fato importante citado é que 127 milhões de brasileiros têm acesso internet, 15% usam-na para ler, 50% usam para acessar redes sociais, sites e etc., 19% usam para compartilhar livros e 56% já usaram o *smartphone* para ler um livro, reforçando que o leitor literário do século XXI está ligado a esse novo panorama social e cultural que é as novas tecnologias e formas de interação, porém ainda é um leitor que trafega no universo no livro impresso, já que o mercado do livro digital é pequeno e está em crescimento, em números oficiais, mais lentamente do que se imaginava. No Brasil isso é ainda mais evidente, pois as crises financeiras, as crises das editoras influenciaram no crescimento do mercado digital que poderia ser mais

amplo e profícuo, dado que o relatório mostra que 59% dos entrevistados não sabiam dos livros digitais.

Notou-se por meio dos relatórios analisados que os leitores literários do século XXI estão diretamente relacionados a essas novas práticas de leitura, por isso configuram-se como um público mais jovem e que consome a produção literária atual de diversas formas, não excluindo a compra do livro físico, mas de forma diferente de outros períodos, soma-se a essa prática o uso de novas plataformas, novos formatos e canais de acesso ao livro literário que proporcionam infindáveis meios e obras para serem lidas.

Diante dessa realidade, o mercado editorial tradicional também teve que se remodelar para encontrar esse novo leitor e conseguir junto a ele um espaço para que a produção, comercialização e interação fossem compartilhadas e dispusesse de novas plataformas.

É importante destacar que o mercado não contábil, o mundo de obras gratuitas, obras digitalizadas em casa, obras pirateadas e compartilhadas por sites, aplicativos, redes sociais, grupos de leitores é significativo, mas não foi possível de ser contabilizado. Apesar de não existir um número oficial que dê um amparo com o rigor científico, a crise das editoras e os números inexpressivos da comercialização virtual, comparada a outros mercados editoriais, são bons indícios que esse universo paralelo impacta no mercado “tradicional” e contábil.

Constatou-se que o perfil do leitor literário do século XXI é de uma pessoa envolta em tecnologia e que as usa como ferramentas de acesso para a compra e produção de literatura, sendo um leitor atento para novas estéticas, inovações e habilidades.

Portanto, o panorama do leitor do novo século é aquele que interage em diversas plataformas e tecnologias que se renovam, podendo ressignificar suas práticas leitoras de tempos em tempos, evidenciou-se uma tendência que não se restringe somente a área literária, mas sim a diversos aspectos da vida pessoal e profissional de uma nova geração.

REFERÊNCIAS

- ABES. **Propriedade Intelectual**: pirataria de software – prejuízos da pirataria. Associação Brasileira das Empresas de Software, 2019. Disponível em: <http://www.abessoftware.com.br/propriedade-intelectual/saiba-mais-sobre-pirataria-de-software>. Acesso em: 18 ago. 2019.
- ABRAMO, Cláudio Weber. Irracionalismo e Informação. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 12 jul. 1995. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/7/12/opini/ao/10.html>. Acesso em: 20 jan. 2019.
- AGUIAR E SILVA, Vítor Manuel de. **Teoria da literatura**. 8. ed. Coimbra: Biblioteca Nacional de Portugal, 2011.
- ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico**: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- ANTONIO, Jorge Luiz. **Poesia eletrônica**: negociações com os processos digitais. São Paulo: Veredas; Belo Horizonte: Cenários, 2008.
- AVERBUCK, Lígia Morrone. A poesia e a escola. In: ZILBERMAN, Regina. **Leitura em crise na escola**: as alternativas do professor. 10. ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1998. p. 63-83.
- BORDINI, Maria da Glória. **Poesia Infantil**. São Paulo: Ática, 1986.
- BRASIL. **Lei nº. 9.609, de 19 de fevereiro de 1998**. Dispõe sobre a proteção da propriedade intelectual de programa de computador, sua comercialização no país, e dá outras providências. Brasília, DF, 19 fev. 1998. Disponível em: http://www.planalt.o.gov.br/ccivil_03/leis/l9609.htm. Acesso em: 27 set. 2019.
- CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro**. Ano Base 2016. Rio de Janeiro: SNEL; FIPE, 2016. Disponível em: http://cbl.org.br/site/wp-content/uploads/2017/05/Apresenta%C3%A7%C3%A3o_PesquisaFipe_Ano-Base-2016-ok.pdf. Acesso em: 12 set. 2019.
- CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro**. Ano Base 2017. Rio de Janeiro: SNEL; FIPE, 2017. Disponível em: <https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2018/02/Apresentacao-Censo-do-Livro-Digital.pdf>. Acesso em: 10 out. 2019.
- CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro**. Ano Base 2018. Rio de Janeiro: SNEL; FIPE, 2018. Disponível em: http://cbl.org.br/site/wp-content/uploads/2019/04/Apresentacao-pesquisa-ano-base_2018_imprensa-1.pdf. Acesso em: 12 jul. 2019.
- CAMPOS, Augusto. **Salve-se quem souber**. Brasília, DF: Ministério da Cultura, 27 mar. 2006. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/o-dia-a-dia-da-cultura/-/asset_publisher/waaE236Oves2/content/salve-se-quem-souber-61755/10883. Acesso em: 5 jun. 2019.

CANDIDO, Antonio. A literatura e a vida social. In: _____. **Literatura e sociedade**. São Paulo: Nacional, 1965. p. 17-35.

CANDIDO, Antonio. A literatura e a formação do homem. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 24, n. 9, p. 81-90, 1972.

CANDIDO, Antonio. **Formação da literatura brasileira**: momentos decisivos. 6. ed. Belo Horizonte: Itatiaia, 2000.

CARDOSO, Thais. A Influência da tecnologia nas relações é o tema do “USP Analisa”. **Jornal da USP**, São Paulo, 4 out. 2017. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/radioagencia-usp/influencia-da-tecnologia-nas-relacoes-e-tema-do-usp-analisa/>. Acesso em: 22 fev. 2019.

CARENHO, Carlo. O que os livros digitais representam para o aumento da leitura? O que diz a Retratos da Leitura sobre quem lê nesse suporte?. In: FAILLA, Zoara (Org.). **Retratos de leitura no Brasil 4**. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 99-112.

CHARTIER, Roger. **Práticas de Leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

CHKLOVSKI, Viktor. A arte como procedimento. In: TODOROV, Tzvetan (Org.) **Teoria da Literatura**: formalistas russos. Porto Alegre: Globo, 1973. p. 39-56.

COELHO NETO, João; IMAMURA, Marcos Massaki. **Uma abordagem dos tipos de ferramentas computacionais utilizados para auxiliar o processo ensino e aprendizagem da matemática**. Curitiba: CEFET-PR, 2014.

COSSON, Rildo. **Letramento literário**: teoria e prática. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

COUCHOUD, Paul-Louis. *Le haikai*: Les épigrammes lyriques du Japon. Paris: La Table Ronde, 2003.

DELOITTE. **Global Mobile Consumer Survey 2018**: a mobilidade no dia a dia do brasileiro. Disponível em: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/technology-media-telecommunications/Global-Mobile-Consumer-Survey-2018-Deloitte-Brasil.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2019.

DICIONÁRIO DO AURÉLIO. **Significado da palavra Fã**. Disponível: <https://dicionariodoaurelio.com/fa>. Acesso em: 14 abr. 2019.

DRUMMOND DE ANDRADE, Carlos. **Antologia poética**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1983.

DRUMMOND DE ANDRADE, Carlos. O que você deve fazer. In: _____. **A Bolsa & A Vida**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012. p. 69-72.

EAGLETON, Terry. **Teoria da literatura**: uma introdução. 5. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

EBIT. **Webshoppers**. 38. ed. 2018. Disponível em: http://www.fecomercio.com.br/public/upload/editor/ws38_vfinal.pdf. Acesso em: 21 mar. 2019.

ECO, Umberto. **Da internet a Gutenberg**. Tradução de João Bosco da Mota Alves. New York: Columbia University, nov. 1996 (Palestra proferida em: *The Italian Academy for Advanced Studies in America*). Disponível em: <http://migre.me/51hlc>. Acesso em: 18 jan. 2019.

ECO, Umberto; CARRIÈRE, Jean-Claude. **Não contem com o fim do livro**. Tradução de André Telles. Rio de Janeiro; São Paulo: Record, 2010.

EIKHENBAUM, Boris; CHKLOVSKY, Viktor; JIRMUNSKI, Viktor; JAKOBSON, Roman; TOMASHEVSKY, Boris; PROPP, Vladimir; BRIK, Ossip; TYNIANOV, Yuri; VINOGRADOV, Viktor. **Teoria da literatura: formalistas russos**. Porto Alegre: Globo, 1973.

ELIOT, Thomas Stearns. **The use of poetry and the use of criticism: studies in the relation of criticism to poetry in England**. London: Faber and Faber, 1964.

ENSSLIN, Astrid. **Literary gaming**. Massachusetts: MIT Press, 2014.

FAILLA, Zoara (Org.). **Retratos de leitura no Brasil 4**. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

FARIA, Manoel Alves O que pensam os adolescentes das histórias que lêem? **Comunicação e Educação**, São Paulo, v. 3, p. 30-35, 1995.

FERREIRA, Norma Sandra de Almeida. **A pesquisa sobre leitura no Brasil: 1980-1995**. Campinas, SP: Komedi; Arte Escrita, 2001.

FRANTZ, Maria Helena Zancan. **A literatura nas séries iniciais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

FREIRE FILHO, João. Convergências e divergências midiáticas: Fãs, Indústrias do Entretenimento e os Limites da Interatividade. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais...** Santos: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. p. 1-16.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler: em três artigos que se completam**. São Paulo: Cortez; Autores Associados, 1992 (Coleção Polêmicas do Nosso Tempo).

FRIEDMAN, Thomas L. **O mundo é plano: uma breve história do século XXI**. 2. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2007.

G1. “Twitteratura” seduz autores como alternativa para publicar histórias. **Globo.com**, São Paulo, 16 abr. 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2013/04/a-hiperbrevre-twitteratura-seduz-cada-vez-mais-os-escritores.html>. Acesso em: 21 abr. 2019.

GFK. **Frequency of reading books**. Alemanha: PressGfK, 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2007.

GITLIN, Todd. **Mídias sem limite**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

GROSSI, Gabriel Pillar. Leitura e sustentabilidade. **Nova Escola**, São Paulo, n. 18, p. 3, abr. 2008.

HAUSER, Arnold. **Sociologia Del público**. Barcelona: Editorial Labor, 1977.

HAYLES, N. Katherine. **Electronic literature: new horizons for the literary**. Indiana: University of Notre Dame, 2008.

HAYLES, N. Katherine. **How we think**. Digital media and contemporary technogenesis. Chicago: University Press, 2012.

INDURSKY, Freda; ZINN, Maria Alice Kaner. Leitura como suporte para a produção textual. **Leitura: Teoria & Prática**, Campinas; Porto Alegre: ALB; Mercado Aberto, n. 5, p. 23, jun. 1985.

JAKOBSON, Roman. Do realismo artístico. In: EIKHENBAUM, Boris; CHKLOVSKY, Viktor; JIRMUNSKI, Viktor; JAKOBSON, Roman; TOMASHEVSKY, Boris; PROPP, Vladimir; BRIK, Ossip; TYNIANOV, Yuri; VINOGRADOV, Viktor. **Teoria da literatura: formalistas russos**. Porto Alegre: Globo, 1971. p. 119-130.

JAUSS, Hans Robert. **A história da literatura como provocação à teoria da literatura**. São Paulo: Ática, 1994.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KARNAL, Adriana Riess. O dialogismo em Bakhtin: uma análise do movimento poético no cyberspace. *Language and Culture*. **Acta Scientiarum**, Maringá, v. 36, n. 4, p. 395-402, out./dez. 2014.

KENSKI, Vani Moreira. Aprendizagem mediada pela tecnologia. **Revista Diálogo Educacional**, Curitiba, v. 4, n. 10, p. 47-56, set./dez. 2003.

LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina. **A formação da leitura no Brasil**. São Paulo: Ática, 1998.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia estrutural**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1973.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual**. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Ed. 34, 1997.

LIMA, Ana; CATELLI JÚNIOR, Roberto (Coord.). **Indicador de Alfabetismo Funcional**: INAF Brasil, 2018. Resultados preliminares, 2018. Disponível em: http://acaoeducativa.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Inaf2018_Relat%C3%B3rio-Resultados-Preliminares_v08Ago2018.pdf. Acesso em: 8 jan. 2019.

LIMA, Rachel Esteves. Observatório da crítica. In: ENECULT - ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES DE CULTURA, 2., 2006. Salvador. **Anais...** Salvador: CULT; Programa de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2006 (CD-ROM).

LOLLINI, Paolo. **Didática e computador**. quando e como a informática na escola. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

MACHADO, Ana Maria. **Como e por que ler os clássicos universais desde cedo**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2002.

MARINHO, Simão Pedro. Tecnologia, educação contemporânea e desafios ao professor. In: JOLY, Maria Cristina Rodrigues Alves (Org.). **A tecnologia no ensino: implicações para a aprendizagem**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2002. p. 41-62.

MERCADO, Luis Paulo Leopoldo. A internet como ambiente auxiliar do professor no processo ensino-aprendizagem. In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL SOBRE EDUCACIÓN, FORMACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E-LEARNING, 3., 2002, Sevilla, Espanha. **Actas de Virtual Educa 2002**. Sevilla, Espanha: Virtual Educa 2002. v. 1. p. 1-12.

MERQUIOR, José Guilherme. **O véu e a máscara**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1997.

MOISÉS, Massaud. **Dicionário de termos literários**. São Paulo: Cultrix, 1974.

MORAN, José Manuel. **A educação que desejamos**: novos desafios e como chegar lá. Campinas, SP: Papirus, 2007.

MORAN, José Manuel. **Integrar as tecnologias de forma inovadora**. 21. ed. Campinas, SP: Papirus, 2013.

O GLOBO. Com dívida de R\$675 milhões, livraria Saraiva pede recuperação judicial. São Paulo, 23 nov. 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/com-divida-de-675-milhoes-livraria-saraiva-pede-recuperacao-judicial-23253947>. Acesso em: 7 maio 2019.

PAPERT, Seymour. **Mindstorms**: Children, computers and powerful ideas. Brighton: Harvester Press, 1980.

PAPERT, Seymour. **A máquina das crianças**: repensando a escola na era da informática. Tradução de Sandra Costa. Porto Alegre: Artmed, 2008.

PÉCORA, Alcir. Milênio para iniciantes: literatura. **Folha de S.Paulo Mais!**, São Paulo, p. 15, 31 dez. 2000.

PESSOA, Fernando. Carta a Adolfo Casais Monteiro de 13.01.1935. In: _____. **Obra em prosa de Fernando Pessoa**: Escritos íntimos, cartas e páginas autobiográficas. Introdução, organização e notas António Quadros. Lissabon: Europa – América, 1986. p. 224-231.

PESSOA, Fernando. **Obras em prosa**: volume único. Rio de Janeiro: Editora Nova Aguilar, 2004 (Organizado por Cleonice Berardinelli).

POCINHO, Margarida Maria Ferreira Diogo Dias. Prevenção da iliteracia: processos cognitivos implicados na leitura. **Revista Iberoamericana de Educación**, Ilha da Madeira, Portugal, n. 44/3, 25 Oct. 2007. p. 1-14.

PRUDENCIO, Marcos. A tecnologia do dia-a-dia. **Correio Braziliense**, 13 mar. 2018). Disponível em: https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2018/03/13/interna_tecnologia,665761/a-tecnologia-do-dia-a-dia.shtml. Acesso em: 15 mar. 2019.

RAIMUNDO, Ana Paula Peres. A mediação na formação do leitor. In: COLÓQUIO DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS E LITERÁRIOS, 3., 2007, Maringá. **Anais...** Maringá: CELLI, 2007. p. 107-117. Disponível em: http://ple.uem.br/3celli_anais/trabalhos/estudos_literarios/pdf_literario/010.pdf. Acesso em: 18 jun. 2018.

SACRISTÁN, José Gimeno. **A educação que ainda é possível**: Ensaios sobre a cultura para a educação. Porto: Porto Editora, 2008.

SALES, Cristiano de; AZEVEDO Wilton. A literatura digital e sua escritura expandida: uma reflexão sobre a obra Volta ao Fim. **Revista Brasileira de Literatura Comparada**, Niterói, n. 20, p. 49-62, 2012.

SANTI, L. B. P. O papel das elites. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 25 mar. 2007. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs2503200711.htm>. Acesso em: 13 jan. 2018.

SANTOS, Alckmar Luiz dos. Textualidade literária e hipertexto informatizado. **NUPIII – Publicação Eletrônica**, Florianópolis, v. 13, p. 1-14, 1996. Disponível em: <http://migre.me/51hWn>. Acesso em: 11 jan. 2019.

SANTOS, Alckmar Luiz dos; SALES, Cristiano de. Notícia da atual literatura brasileira digital. **Outra Travessia**, Florianópolis, v. 13, n. Especial, p. 16-28, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/article/view/2176-8552.2011nesp1p16/22895>. Acesso em: 18 mar. 2019.

SENA, Nicodemos. A função da Literatura em face da Ética e as novas Tecnologias. Edição 88, 1 dez. 2006. Disponível em: <http://www.kplus.com.br/materia.asp?co=323&rv=Literatura>. Acesso em: 22 jan. 2019.

SIMANOWSKI, Roberto. Reading digital fiction: from hypertext to timeline. In: _____ . **Analyzing digital fiction**. New York: Routledge, 2014. p. 39-66.

SIMPLÍSSIMO. “Não prejudicamos a indústria do livro”, dizem sites de *download*. **Simplíssimo**, 10 jan. 2012. Disponível em: <https://simplissimo.com.br/nao-prejudicamos-industria-livro-dizem-sites-download/>. Acesso em: 18 ago. 2019.

SOUSA, Ana de Fátima. A maior vantagem competitiva é a habilidade de aprender. **Super Interessante**, São Paulo, 31 out. 2016. Disponível em: <https://super.abril.com.br/tecnologia/a-maior-vantagem-competitiva-e-a-habilidade-de-aprender/>. Acesso em: 18 ago. 2019.

SUPER INTERESSANTE. TdF Entrevista: Pedro Antônio, autor de Eu me chamo Antônio. **Super Interessante**, São Paulo, 4 jul. 2018. Disponível em: <https://super.abril.com.br/blog/turma-do-fundao/tdf-entrevista-8211-pedro-gabri-el-autor-de-eu-me-chamo-antonio/>. Acesso em: 28 ago. 2019.

TODOROV, Tzvetan. **As estruturas narrativas**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

TOFFLER, Alvin. **O choque do futuro**. 3. ed. Rio de Janeiro, Record, 1970.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. 30.ed. Rio de Janeiro, Record, 2010.

TYNIANOV, Iuri; JAKOBSON, Roman. Os problemas dos estudos literários e linguísticos. In: TOLEDO, Dionísio de Oliveira (Org.). **Teoria da Literatura: formalistas russos**. Porto Alegre: Globo, 1971. p. 95-97 (Tradução de Ana M. R. Filipouski, Maria A. Pereira, Regina L. Zilberman e Antônio C. Hohlfeldt).

VALENTE, José Armando; ALMEIDA, Fernando José. Visão analítica da informática na educação no Brasil: a questão da formação do professor. **Revista Brasileira de Informática Educativa**, Florianópolis, n. 1, p. 1-28, nov. 1997.

VEIGA PEREIRA, Marcos. Transformar o retrato da leitura no Brasil: um desafio da sociedade brasileira. In: FAILLA, Zoara (Org.). **Retratos de leitura no Brasil 4**. Rio de Janeiro, Sextante, 2016. p. 5-7.

VIEIRA, Leticia Alves. Formação do leitor: a família em questão. In: SEMINÁRIO BIBLIOTECA ESCOLAR, 3., 2004, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: Escola de Ciência da Informação da UFMG, 2004. p. 21-30. Disponível em: <http://gebe.eci.ufmg.br/downloads/308.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2018.

WELLERSHOFF, Dieter. **Literatura, mercado e indústria cultural**. Humboldt, Hamburgo, n. 22, p. 43-48, 1970.

WISCHENBART, Rüdiger; CARRENHO, Carlo; CHEN, Dayou; CELAYA, Javier; KONG, Yanhong; KOVAC, Miha; MALYA, Vinutha. **Global eBook: a report on market trends and developments**. Rüdiger Wischenbart Content and Consulting (RWCC), 2017.

YOUNG, Pauline. **Métodos científicos de investigación social**. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad del México, 1960.

ZILBERMAN, Regina. **Fim dos livros, fim dos leitores?** São Paulo: Editora Senac, 2001.

ZILBERMAN, Regina. **E para a poesia não vai nada?** São Paulo: Ática, 2005.