

## A “FISIOGNOMIA” DO LIVRO NO ESTUDO PSICOLÓGICO DA LEITURA<sup>1</sup>

Luciana Dadico\*

**RESUMO.** Buscamos, por meio deste trabalho, investigar de que maneira o livro como meio institui certos modos de ler no ciclo atual de produção e reprodução literária. A parte empírica desta pesquisa incluiu entrevistas com dez leitores brasileiros, que escolheram livros para ler e nos contaram sobre suas leituras. As entrevistas, semiabertas, foram registradas com um gravador e analisadas durante a elaboração deste trabalho. Pelas imagens expressas pelos leitores durante estas entrevistas, e fazendo uso de um *método fisiognômico*, inspirado em estudos desenvolvidos por Theodor Adorno, identificamos como categorias imanentes do livro: a) a ilusão de proximidade; b) a conservação temporal; c) a ubiquidade relativa; d) a semipadronização; e e) a unidade portabilidade-fluidez. A relação entre leitor e livro, atravessada por essas categorias, tende a promover a fome de ler e a leitura distraída como modos de leitura característicos.

**Palavras-chave:** Leitura; teoria crítica; indústria cultural.

## BOOK “PHYSIOGNOMICS” IN A PSYCHOLOGICAL STUDY ON THE READING

**ABSTRACT.** The present study is an attempt to understand the way readers read books within the context of production-reproduction in nowadays Literature. The empiric part of the research included interviews with ten Brazilian readers, who chose the books they read and told us about their readings. The half-open interviews were recorded by a voice recorder, and analyzed during the composition of this work. Using the images expressed by readers during these interviews, and making use of a physiognomical method, inspired by some studies of Theodor Adorno, the following immanent categories of book were identified: a) illusion of closeness; b) temporal conservation; c) relative ubiquity; d) semi-standardization; and e) unity portability-fluidity. The relationship between reader and book, crossed by these categories, tends to promote the “hungry of reading” and the distracted reading as typical ways of reading.

**Key words:** Reading; critical theory; cultural industry.

## LA "FISIOGNOMÍA" DEL LIBRO EN EL ESTUDIO PSICOLÓGICO DE LA LECTURA

**RESUMEN.** Buscamos a través de este trabajo investigar de qué manera el libro como medio instituye ciertos modos de lectura en el ciclo de producción y reproducción literaria actual. La parte empírica de esta investigación incluyó entrevistas con diez lectores brasileños, que eligieron libros para leer y nos contaron a respecto de sus lecturas. Las entrevistas semiabiertas fueron registradas con una grabadora de voz y analizadas durante la elaboración de este trabajo. A partir de las imágenes expresadas por los lectores durante estas entrevistas y haciendo uso de un método fisiognómico, inspirado en los estudios desarrollados por Theodor Adorno, identificamos como categorías imanentes del libro: a) la ilusión de proximidad, b) la conservación temporal, c) la ubicuidad relativa, d) semiestandarización, y e) la unidad portabilidad-fluidez. La relación entre lector y libro, impregnada por estas categorías, tiende a promover el hambre de lectura y la lectura distraída como modos de lectura característicos..

**Palabras-clave:** Lectura; teoría crítica; industria cultural.

---

<sup>1</sup> Apoio e Financiamento: CNPq.

\* Doutora em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento pelo Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo.

No estudo psicológico da leitura, importa-nos saber qual a influência do meio para a experiência de ler. Por esta razão, perguntamos como o ciclo produção-recepção da literatura interfere na relação entre o leitor e o livro sob as condições atuais de reprodutibilidade técnica. Com especial atenção ao contexto brasileiro, investigamos o livro pelas suas características imanentes, que circunscrevem certos modos de leitura. Foram particularmente úteis à análise dos resultados de pesquisa aqui expostos, as reflexões de autores como T. Adorno, W. Benjamin e R. Chartier, por sua contribuição no estudo das relações entre cultura e subjetividade.

Entendemos, como Cavallo e Chartier (1999), que a leitura não é um fenômeno invariante e que o papel do livro na sociedade moderna, assim como as condicionantes que cercam a leitura, têm sofrido transformações que afetam o modo de ler dos leitores. No Brasil, em particular, onde uma longa história de proibições, perseguições e censura rondou o livro impresso, fato em grande medida relacionado ao atual quadro de *produção* do fracasso escolar (Patto, 1993), a transição que se verifica, com excessiva velocidade, do livro em papel para os “ambientes virtuais” de leitura, faz ainda mais necessário conhecer o modo como os brasileiros têm lido livros.

Importante ressaltar que a leitura do livro exerce papel decisivo para o desenvolvimento do sujeito, uma vez que institui um ambiente único para o alargamento (e o deslocamento) temporal e espacial da experiência subjetiva. Neste artigo, destacamos os aspectos de nossa pesquisa que mostram de que maneira o livro como meio tende a promover certos modos de ler, afetando a experiência de leitura.

## ENTREVISTANDO LEITORES

Empreendemos, em 2010, uma pesquisa com dez leitores jovens e adultos entrevistados individualmente em duas ocasiões: antes e depois da leitura de um livro. A escolha do título era delegada ao leitor, a fim de, em primeiro lugar, conseguir que o leitor escolhesse um título que *desejasse* ler, e, em segundo lugar, que essa escolha nos trouxesse alguma informação acerca do *que os leitores concebem como livro*.

As entrevistas, semiabertas, foram realizadas sem uso de um questionário, e de modo o mais aberto possível (a fim de possibilitar a emergência de assuntos importantes para o sujeito, e de acordo com as prioridades por ele atribuídas), e registradas seguindo as recomendações de Queiróz (1983). Utilizamos algumas técnicas de entrevista adaptadas da obra de Bleger (2011) para o tipo de entrevista não-

terapêutica que realizamos, a fim de dirimir as ansiedades geradas por uma entrevista sem perguntas pré-definidas. Ao final das primeiras entrevistas, foi solicitado aos entrevistados que escolhessem um livro para ler (ou reler), sem qualquer restrição quanto à natureza da obra, a qual seria discutida durante os segundos encontros. Os limites daquilo que poderia ou não ser considerado “livro” não foram discutidos com os entrevistados, que naturalmente optaram pela leitura de livros de texto, em papel e industrialmente confeccionados. Coincidentemente ou não, oito dos dez livros escolhidos por nossos leitores trouxeram o romance como gênero literário. As entrevistas não foram transcritas, e a análise do material produzido ocorreu *em todos os momentos da pesquisa*. Isto significou, em nosso caso, empreender sucessivas escutas das gravações (consideradas em relação ao contexto e momento em que as falas foram expressas), em busca das imagens do livro – *imagens dialéticas* (Benjamin, 2000) – tais como estas apareceram para os leitores. Como nos lembra Benjamin (2007): “um método científico se distingue pelo fato de, ao encontrar novos objetos, desenvolver novos métodos – exatamente como a forma da arte que, ao conduzir a novos conteúdos, desenvolve novas formas” (p. 515).

Durante a análise, verificamos que as imagens produzidas desdobravam-se em dois eixos: 1) imagens do livro; e 2) imagens do livro-texto. No primeiro grupo, foram analisadas as imagens que se referiam ao livro de um modo geral, subdividas em: 1a) bibliotecas; 1b) ambientes do livro, ambiente livro; 1c) compartilhar livros; 1d) tempos da leitura. O segundo grupo compôs-se de imagens relacionadas de modo mais direto à unidade constituída entre o livro e o texto escrito, reunindo: 2a) fome de ler (imagem apoiada no conceito de *fome de leitura*, de Baker & Escarpit, 1975); 2b) modo intensivo – releituras e controle da percepção; 2c) encontrar-se na obra – identificação; 2d) leitura distraída e (des)obediência ao texto; e 2e) ler livros – desenvolvimento ou embotamento? Essas imagens comparecerão assim numeradas ao longo do artigo, para que nosso leitor possa melhor identificar como elas apareceram nas entrevistas, a despeito da ordem em que elas virão analisadas.

Para a análise dos resultados obtidos, buscamos inspiração nos trabalhos de T. Adorno sobre a *fisiognomia* do rádio, recentemente publicados na Alemanha e estudados no Brasil por Carone (2003, 2011). Tais estudos, desenvolvidos no final da década de 1930, durante uma colaboração com o sociólogo P. Lazarsfeld no *Princeton Radio Research Project* nos Estados Unidos, possibilitaram a Adorno investigar não apenas o rádio, mas o jazz e a sociologia da música, desdobrados mais tarde em estudos sobre o

fetichismo da música (Duarte, 2007) e no conceito mesmo de *indústria cultural* (Adorno & Horkheimer, 1985). A tese de Adorno era que o rádio como fenômeno possui uma aparência não-imediata, por meio da qual ele se oferece ao ouvinte. Um “método fisiognômico” permitiria então desvendar as características imanentes do rádio, desconstruindo elementos falsos aparentes e tornando visíveis os componentes fantasmáticos que interferem na percepção musical. O rádio, como *unidade estrutural*, tornava-se assim passível de uma descrição fisiognômica, o que, dentro da fenomenologia adorniana, significava investigar os elementos temporais e espaciais que o fazem componente da escuta musical. Assim, embora o ouvinte *soubesse* do aparelho, visse os alto-falantes à semelhança de uma boca em uma face humana, observou-se que ele não sabia o que vai por detrás do rádio: a imagem viva do intérprete era substituída por uma fantasmagoria, cuja face ‘real’ ele apenas *imaginava*. No caso da sinfonia ouvida no rádio, o rádio torna impossível perceber a distância entre os instrumentos da orquestra, afetando a *espacialidade* do som: dentro de um quarto, a escuta da sinfonia compara-se à apreciação de uma catedral gótica miniaturizada em um bolo de festa. Do ponto de vista *temporal*, a sensação proporcionada por um concerto ao vivo, de que o tempo corre mais rápido que o normal, esvaneceria-se na transmissão radiofônica. Isto significa dizer que a sinfonia no rádio mostra-se como *reprodução*, não como obra original, pois perde sua estrutura. Considerando a auraticidade em seus atributos objetivos, Adorno estipulou assim, como categorias para o campo fenomenal do ouvinte, identificadas por meio da análise da fisiognomia do rádio: a) a *ilusão de imediatividade*, gerada pela maior rapidez na transmissão do som pelo rádio em relação ao som ao vivo; b) a *ubiquidade*, que compromete as qualidades espaciais do som, como a profundidade dos sons sinfônicos, promovendo uma *standardização* associada às reduzidas possibilidades do indivíduo se contrapor a essa tendência; c) a *hear-stripe*, ruídos da transmissão que interferem na audição, prejudicando a percepção musical e prefigurando, como pano de fundo, a personificação do rádio; d) a *escuta atomística*, resultante de uma escuta distraída, engendrada em um círculo de produção-recepção fundado no consumo imediato, que introduz qualidades ‘culinárias’ na música.

Decerto nossa preocupação é bastante diversa daquela que deu origem aos estudos de Adorno sobre o rádio. Hoje sabemos que existe uma “indústria” editorial ditando regras de produção, reprodução e circulação dos livros. Pensando na obra escrita em prosa (os romances de nossos leitores), a questão tornou-se saber de que modo a reprodução instituída

pelo livro afeta sua recepção *atual*, uma vez que a cópia é inerente à própria instituição literária. Nas palavras de Benjamin (1994), “o romance ... está essencialmente vinculado ao livro. A difusão do romance só se torna possível com a invenção da imprensa” (p. 201). Para Reimão (1996), o romance-folhetim, precursor dos *best-sellers*, deve ser inserido na lista dos primeiros produtos da indústria cultural. Nossas reflexões voltaram-se assim para os elementos perceptivos constituídos neste *novo ciclo* no qual se processa a transferência da mídia em papel para a mídia eletrônica, com seus *tablets*, computadores e *e-readers*. A contribuição dos estudos de Adorno para a pesquisa surgiu na medida em que a fisiognomia do meio despontou como método que possibilitaria a investigação das condições objetivas da relação entre o livro e a experiência de leitura do sujeito. Tomamos como ponto de partida, porém, não nossa experiência pessoal de leitura, como fizera Adorno, mas as experiências de leitura relatadas pelos sujeitos, fazendo uso, para efeito de análise, das imagens expressas nas falas dos leitores. Buscamos reconstruir uma *fisiognomia do livro* reunindo os fragmentos das imagens expressas durante a pesquisa.

#### IMAGENS DO LIVRO, IMAGEM DO MEIO: FISIOGNOMIA

O livro atua sobre o leitor como fetiche, constituindo imagens de si mesmo, *imagens do livro* (eixo 1). Todos os leitores referiram-se à *biblioteca* (imagem 1a), especialmente àquela privada, como lugar onde guardar, mas também exibir livros colecionados. As estantes das livrarias seduzem. Podemos afirmar que o leitor sabe do livro. A face do livro tem olhos em forma de letras, e esses olhos estão voltados para seu possível leitor. O livro faz propaganda de si mesmo por sua aparência: cores, brilho do papel, estilo dos tipos, textura, volume, ilustrações; chamarizes reportam ao nome do autor, o título evoca um desafio, sensação de prazer, memória perdida. Após o flerte, é possível que nada aconteça, se o leitor não alcançar o livro para folheá-lo, ler suas orelhas e trechos do texto, ou, primeiro ato de compromisso, comprando-o. O leitor decide se atende ao “chamado” do livro. O que não implica que o leitor se faça consciente dos poderes do livro.

Por outro lado, o leitor não sabe o que vai por detrás do livro, precisa supor. Algumas imagens *estão ausentes* de suas falas. O leitor não sabe dos caminhos da produção do objeto, não tem ao seu lado a presença de quem lhe conta a história, traz a informação ou a reflexão. Após as despedidas de uma sessão de autógrafos, o leitor já não tem contato com o autor.

Em se tratando de uma obra literária, é a voz do narrador quem se esconde sob formas narrativas variadas. No lugar do autor “morto” de que nos falava Barthes (1969) surge uma fantasmagoria. Posto nesta condição, o leitor acaba por *identificar-se* com os personagens do texto, ou com a figura mesma do autor, posicionado-se *dentro* da obra (imagem 2c).

Observamos junto aos nossos leitores que as sensações provocadas pelo livro, quando conscientemente percebidas, *antecedem* a leitura. Quando a leitura do texto acontece, as sensações táteis, olfativas, visuais e mesmo auditivas (como o barulho do girar páginas) relacionadas ao livro passam a figurar ou como *facilitadores* – ajudando a criar um “ambiente propício” (imagem 1b) para a leitura – ou como *interferência*: o leitor tende a *ignorar o conjunto das sensações que o livro provoca* para poder ler. Isso, porque o livro busca *atrair a atenção* de seu consumidor e futuro leitor, enquanto o texto, de modo contrário, apresenta-se de forma tão homogênea quanto possível. Esta a razão pela qual a fisionomia do livro expressa-se, de modo ambivalente, também como *imagem do livro-texto* (eixo 2): as primeiras letras coloridas destacam-se no início, mas logo são seguidas por um correr fluente das letras negras e miúdas, interrompido apenas pela quebra dos parágrafos ou capítulo novo, quando o leitor está devidamente autorizado a interromper sua leitura sem desertar completamente.

Nem sempre o leitor encontra-se em condições de compreender a obra em sua multiplicidade. O leitor de um livro-texto não usufrui inteiramente a experiência literária sem que ele mesmo leia, interprete a obra. A leitura exige não apenas uma familiaridade com os signos da escrita, alfabética, no nosso caso, mas principalmente *experiência* (Benjamin, 1994), que concorre com a reflexão para a interpretação da obra e para a “recriação” do universo de experiência do livro. O livro *reproduz* a sua produção (M. Certeau, citado por Cavallo & Chartier 1999), o que significa dizer que o livro atualiza o tempo em que foi produzido (caso dos manuscritos ou primeiras edições) ou reproduzido (re-edições). Ambos os processos, afirma Benjamin (1994), “resultam em um violento abalo da tradição, que constituiu o reverso da crise atual e renovação da humanidade” (p. 168), principal razão pela qual o livro tornou-se tão importante na constituição da cultura moderna, e da própria subjetividade. O livro afasta o leitor do ambiente de sua experiência e tradição, transportando-o para outro tempo e lugar. Esta “reposição histórico-temporal” promovida pelo livro, e implementada de modo ativo pelo leitor, será essencial para sua compreensão como meio.

É possível, contudo, falar em *momento* de produção de um livro, se desde os tempos do códice o livro é fruto de uma divisão do trabalho? Melhor seria talvez falar dos momentos de produção do livro, que envolvem desde a criação e escritura do texto, passando pela fabricação do papel até as fases – hoje altamente mecanizadas – de edição, formatação, ilustração, *layout*, impressão e encadernação do livro, após o que vêm as etapas seguintes, de distribuição, armazenamento e venda. Por outro lado, a produção do livro não se confunde com a *redação do texto*. O escritor não escreve um livro, mas um texto. O livro torna-se parte da leitura na medida em que pode fornecer informações para o exercício do leitor de recriar seu universo de experiência. Esse aspecto do livro relaciona-se a seu caráter material. Voltado para determinado público, o livro, datado, fornece pistas não apenas de seu processo de produção, mas também do público ao qual se destinava naquele momento. Podemos dizer que a leitura envolve uma percepção do livro como um todo: e que a leitura do texto contribui para a percepção do livro, assim como a percepção do livro contribui para a leitura do texto, mesmo que não simultaneamente. O texto destinado à leitura continuada apresenta-se de forma homogênea, absorvendo o leitor durante a leitura e promovendo a *fome de ler* (imagem 2a). Na unidade livro-texto, o texto é caracterizado por sua *fluidez*: o leitor desconcentra-se do objeto livro para concentrar-se no texto. Ao menos em princípio.

### O “CAMPO FENOMENAL” DO LEITOR

A arte literária não comporta uma aura. A literatura, composta para o livro, encontra em seu meio elementos que aproximam o leitor de uma *autenticidade* já comprometida em seu nascedouro. A autenticidade, para Benjamin (1994),

É a quintessência de tudo o que foi transmitido pela tradição, a partir de sua origem, desde sua duração material até o seu testemunho histórico. Como este depende da materialidade da obra, quando ela se esquiva do homem através da reprodução, também o testemunho se perde (p. 168).

Se o livro afasta o leitor do *autor* do livro, por outro lado, a multiplicidade de leituras que encontramos para um mesmo texto torna a experiência literária *plural*. Quanto mais o universo do leitor se afasta do universo da produção do livro, mais instrumentos são necessários ao leitor para que ele realize as experiências que a leitura da obra torna

possíveis. Em que sentido o livro possibilita ou dificulta essa leitura?

Enquanto o ouvinte do rádio que nunca ouviu uma sinfonia ao vivo é incapaz de fruí-la em todas as suas possibilidades, o leitor que saiba ler pode aprender com o próprio livro, que contém tantas chaves para sua recepção. O problema torna-se mais complexo na medida em que o ciclo de produção/reprodução do livro é “economicamente viável” quando o livro alcança um grande público. A existência do livro está condicionada à existência de um *público* leitor. Ou seja, o leitor, ao mesmo tempo em que adquire experiência, *perde* sua individualidade ao tornar-se parte do grupo de leitores instituído pelo livro, ainda que o livro não institua uma *massa*, tal como o rádio ou a televisão. Seria, porém, o livro igualmente responsável por constituir pseudo-indivíduos, tal como outros produtos da indústria cultural? Para responder a essa e outras perguntas, analisamos a seguir as categorias do livro-texto, tal como estas compareceram durante a análise das imagens do livro e do livro-texto.

Identificamos como categorias imanentes do livro (lembrando que estas categorias referem-se especificamente ao meio livro, e não a seus conteúdos), em função de seus atributos temporais e espaciais: a) a *ilusão de proximidade*; b) a *conservação temporal*; c) a *ubiquidade relativa*; d) a *semipadronização*; e) a *unidade portabilidade-fluidez*.

Quando lê, o leitor depara-se não com a presença física do autor ou narrador, mas com páginas escritas. Contraditoriamente, verifica-se uma inclinação do leitor a sentir-se próximo daquele que “se dirige a ele”. Como consequência deste processo, a *ilusão de proximidade*<sup>2</sup>, como primeira categoria do livro, faz com que o leitor perceba aquilo que lê como *real*, objetivo, infalível. Essa ilusão é intensificada pelo caráter *não-imediato* do livro, uma vez que o livro tem a propriedade de trazer para o presente uma experiência já acabada no tempo para perto do leitor: a *conservação temporal* – segunda categoria – é uma propriedade do livro. O livro não se adianta aos acontecimentos de sua recepção, em virtude do

encadeamento mesmo de seu sistema de produção<sup>3</sup>. É o leitor que se desloca para o *tempo* do livro (imagem 1d). Esse caráter de durabilidade torna o livro passível de uso repetido e continuado. Sua leitura pode acontecer anos depois de escrito ou editado ou em função de seu caráter mais ou menos durável, dar-se uma ou tantas vezes, por nenhum ou centenas de milhares de leitores.

A conservação temporal contribui para conferir *autoridade* ao livro, uma vez que seu testemunho material constitui *prova* de certo discurso, ao mesmo tempo em que oferece a promessa de alcançar públicos futuros, mais amplos e eventualmente mais generosos que o atual. Em um *modo intensivo* de ler (imagem 2b), o leitor “devota-se” ao texto, interrompendo sua leitura somente para refletir, ou retornando ao trecho para sua releitura. O livro participa da História, com “h” maiúsculo, faz do leitor testemunha.

Mas o caráter de durabilidade do livro não é uma invariante: pode ser alterado tanto a partir do livro quanto pelo leitor. Uma obra de bolso de custo reduzido, com conteúdo voltado para o entretenimento veloz, às vezes vendida em bancas de jornal, constitui caso em que o atributo da durabilidade se dilui – lembrando que o jornal possui utilidade exatamente como veículo *diário* de informações, descartável, portanto. Os produtos vendidos na banca apresentam a imagem de um artigo de consumo fácil. Um de nossos leitores apresentou-se como vítima desse processo: como *comprador assíduo* de “clássicos” de banca de jornal, não conseguia, porém, constituir-se como *leitor assíduo* dos exemplares que adquiria: tais livros eram mais exigentes do que aparentavam. A *fome de ler* (imagem 2a) estimula o leitor ao consumo rápido da obra. Se o valor do livro não justifica sua conservação como bem, a radicalização de um modo extensivo de leitura faz com que o atributo durabilidade do livro seja sobrepujado. Note-se que, no contexto brasileiro, é mais frequente que um livro de pequeno valor de capa venha a ser percebido como bem durável do que o inverso. Nossos leitores tendem a conservar seus livros para uso futuro ou como simples fetiche, e encontram grande dificuldade para desvencilhar-se mesmo dos livros que jamais irão ler. Uma das razões para isso possivelmente está no peso que o fator

<sup>2</sup> Termo que Adorno (2006, p. 81) empresta dos estudos de Robert J. Havighurst. Benjamin (1994), na primeira redação de *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, de 1936 (mas publicada apenas em 1955), afirmava que “fazer as coisas ficarem ‘mais próximas’ é uma preocupação tão apaixonada das massas modernas como sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através de sua reprodutibilidade. A cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir o objeto tão perto quanto possível” (p. 170), “necessidade” relacionada ao fetichismo da mercadoria.

<sup>3</sup> Esse tempo tende a se reduzir para as obras publicadas virtualmente. O livro eletrônico é capaz de ampliar o público imediatamente alcançado, mas encurta sua sobrevivência temporal, na medida em que se faz dependente de “wares” compatíveis e mecanismos virtuais de busca, motivo este que vem se tornando fonte de grandes preocupações para bibliotecários, historiadores e editores, dentre outros (Darnton, 2010). Essas mesmas limitações alcançam o leitor de um ponto de vista psicológico, uma vez que reduzem a autonomia do leitor frente ao meio.

“preço” ainda exerce sobre o livro no Brasil<sup>4</sup>, ou mesmo no peso que a cultura livresca ainda exerce para o sucesso do “medalhão”, como Machado de Assis (1882) ironicamente denominava nosso intelectual lustrado, mas pouco ilustrado.

Se o livro não é imediato, como outros meios de comunicação, o editor busca contrapor-se a tal característica ao vendê-lo como novidade. O livro *não institui uma massa* de leitores, mas, mercadoria, atua para ampliar seu mercado de consumidores. Frequentemente, associa-se a divulgação interna nas livrarias à divulgação em outros meios, notadamente no cinema e televisão, jornais ou revistas. Se o livro, como regra, não é lido em diferentes lugares em um mesmo e preciso momento, a novidade tende a promover uma *ubiquidade relativa* (terceira categoria). O livro, que pode ter exemplares da mesma edição presentes em diferentes lugares, pode, assim, ser também lido em *intervalos de tempo* reduzidos. Estimula-se uma leitura tão simultânea quanto possível. A ubiquidade relativa é favorecida pelo caráter de novidade da leitura perante uma massa de expectadores-leitores: trabalha-se para tornar o livro *best-seller*.

Segundo Reimão (1996), a noção de *best-seller* se refere tanto ao aspecto quantitativo das vendas (atributo do livro, portanto) quanto, “por extensão, um tipo de texto – características internas, imanentes, de um tipo de narrativa ficcional” (p. 24). É verdade que o editor empenhado em transformar determinada obra num *best-seller* encontra dificuldades para planejar seu investimento de forma pouco arriscada. Em primeiro lugar, porque o mercado editorial vive uma tendência à estagnação. Nos Estados Unidos, segundo maior mercado mundial em termos monetários, as vendas de livros têm se mantido estáveis a despeito dos esforços governamentais e benefícios tributários, e de vivermos em uma propalada “era do conhecimento” (Rosa, 2008, p. 37). Em segundo lugar porque, além de existir uma oferta considerável de títulos para o consumidor, o processo de escolha final deste é altamente subjetivo, envolvendo tanto fatores de ordem “ambiental” (cultura, classe social, influências de grupo etc.) e “psicológica”

(conhecimento individual, motivos, atitudes, personalidade, valores, estilo de vida, aprendizagem etc.) (Engels citado por Rosa, 2008). Existem livros que “caem nas graças” dos consumidores, enquanto outros, de características muitas vezes semelhantes, ficam às moscas nas prateleiras das livrarias. Essa é uma característica importante no que se refere à autonomia do receptor em relação ao meio. Graças a essa relativa imprevisibilidade do comportamento do leitor frente ao livro que se pode falar em uma *semipadronização* como (quarta) categoria do livro. Nem todos os elementos do livro podem ser padronizados. Seus conteúdos, mesmo no caso dos *best-sellers*, dependem do empenho do leitor para serem consumidos, de modo que só em alguma medida é possível forçar uma standardização.

Por outro lado, elementos importantes como o formato do livro mesmo e a língua elevam a padronização a um perigoso limite de nivelação cultural. O livro e outros meios de comunicação, diante de um mercado cada vez mais globalizado, têm oferecido contribuição importante para a instituição de acordos ortográficos, como o que recentemente afetou a língua portuguesa, para o predomínio do inglês como língua franca, e mesmo para a extinção de algumas línguas e dialetos locais. Auerbach (1969) realiza uma importante discussão sobre o significado desse nivelamento cultural para a literatura mundial, cada vez mais empobrecida não apenas pela redução da diversidade linguística, mas pelo empobrecimento da própria experiência humana diante da padronização dos modos de vida nas sociedades modernas. A *semipadronização*, nesse sentido, refere-se tanto aos elementos mais rigidamente padronizáveis de um livro quanto à busca pela ampliação do público para o *best-seller*, de modo que o leitor não aparece diante do livro de forma *pseudoindivida*, mas nem por isso totalmente individualizado. Talvez o termo *semi-individualizado* possa ser empregado aqui.

Uma das estratégias das editoras para ampliar o público de um livro é aquela de associar-se a outros meios de comunicação de massa para a promoção de um título, ou na instituição de conglomerados de mídia, cujos veículos trabalham conjuntamente na promoção de produtos. No caso brasileiro, três das maiores empresas do país no setor livreiro operam conjugando mídias: a Editora Globo (pertencente à organização que inclui *TV Globo* e retransmissoras, canais e sistemas de TV a cabo, via satélite e internet, sistema Globo de rádio, gravadoras *Som Livre* e *RGE*, jornais como *O Globo* e *Valor Econômico*, revistas semanais, dentre outros); a Publifolha (vinculada ao Grupo Folha, do jornal *A Folha de São Paulo*); e o Grupo Abril (que além das editoras Ática e Scipione, detém um conjunto de revistas, jornais, canal de

<sup>4</sup> O livro brasileiro, em valores absolutos, é caro em comparação a outros países, perfazendo cerca de 2,8 vezes os preços encontrados no Japão, um dos mercados mundialmente mais acessíveis para o livro. Ainda que o preço aqui seja equivalente ao encontrado em países como Itália e Espanha, as diferenças em termos de distribuição de renda entre os países europeus e o Brasil embaralham as grandezas na hora da comparação (Rosa, 2008). Segundo o autor, a “sacralização” do livro, em parte devida a seus preços elevados, vai na contramão de seu sucesso como produto.

televisão e publicações com a marca Abril, o que o coloca entre as maiores empresas do setor editorial no mundo).

É irônico e digno de nota que o Brasil apareça, nesse cenário, como *maior mercado mundial de livros*, a despeito da exiguidade relativa de seu público leitor, e da pequena quantidade de editoras em comparação a outros países (Rosa, 2008). Os maiores negócios do setor estão vinculados aqui à venda de livros didáticos para o governo federal, que com suas licitações milionárias promove grandes sucessos de venda de livros. Pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (2008) mostra que o setor de livros didáticos lidera com folga o *ranking* de faturamento e número de exemplares de livros vendidos naquele ano no Brasil (movimentou R\$ 2.436.606.207,66 e vendeu 211.542.458 exemplares; destes, cerca de 870 milhões de reais resultaram de vendas para o governo; foram 120 milhões de livros – 74% do total). O Ministério da Educação é o maior comprador mundial de livros (Amorim, 2009).

A globalização e a internacionalização da economia têm afetado o mercado livreiro. Grande parte dos livros que se encontram na lista dos *best-sellers* nos últimos anos é *best-sellers* globais, com lançamento planejado para ocorrer simultaneamente em todo o mundo. Assim foi com o *Código Da Vinci*, de Dan Brown (que depois ganhou as telas dos cinemas e continuações para a série), os livros da coleção *Harry Potter*, de J.K. Rowling. O lançamento deste último foi largamente noticiado, e o estímulo para a compra e a leitura do livro fora disparado pelo sucesso dos filmes, exibidos em salas de cinema de todo o mundo. Isto é, o público de leitores do livro fora já formado enquanto massa de expectadores da série cinematográfica.

Ao planejar a edição de um livro, o editor busca simultaneamente, segundo Rosa (2008), conquistar um *market share* – um “lugar” no mercado de livros – e um *mind share*, ou um lugar na “mente” do leitor (Rien & Trout, 2002, citado em Rosa, 2008, p. 31 e 57). Embora ambos estejam relacionados, o *mind share* é mais afetado pela publicidade e pela ação dos meios de massa, enquanto o primeiro depende mais diretamente das possibilidades concretas para que o livro chegue às mãos do leitor. Se o produtor e o distribuidor pretendem que o livro venda tão massiva e simultaneamente quanto possível, o leitor, porém, precisa *buscar*, de forma mais ou menos ativa, o objeto que lhe serve. É preciso despertar no leitor a necessidade de adquirir o livro. O que caracterizamos como *ubiquidade relativa* do livro pode ser favorecida pelo tamanho de uma tiragem ou edição (fato associado à expectativa de vendas do editor). Mas o livro não é ubíquo desde que não haja um conjunto de

leituras empreendidas *num mesmo instante*. A ubiquidade não é uma característica *estrutural* do livro, ocorre apenas de forma relativa. Se o leitor possui uma *autonomia* para estipular o tempo do consumo do livro, quem define o tempo, local e ritmo de sua recepção é, a princípio, ele mesmo. Essa autonomia do leitor está relacionada, em parte, às condições de *portabilidade* do livro enquanto produto para uso individual, com livre trânsito e ampla aceitação social.

Os *tempos da leitura* (imagem 1d) podem ser igualmente afetados por razões exteriores ao meio, como as condições de organização do trabalho e atividades de reprodução social, tempo para o lazer ou pela concorrência com outros meios. A forma do livro, por sua vez, acaba por incorporar as influências da disponibilidade (ou indisponibilidade) de tempo de seus leitores, reduzindo a quantidade de páginas. Dado que o livro é, em sua forma mais frequente, portátil, a escolha do local para ler vincula-se à necessidade de privacidade ou silêncio, por exemplo, que pode variar não apenas em função de questões culturais e ocasião, mas em função do grau de concentração exigido. A dificuldade do texto, dependente também do leitor, exige maior ou menor concentração, espaço reservado e livre de interferências (imagens 1b e 2b). A exposição do leitor a atrativos visuais ou auditivos configura fator dispersivo adicional, mesmo para o leitor muito proficiente. O caráter portátil do livro, porém, o faz passível de ser empurrado para as “margens” do cotidiano, lido em intervalos de tempo muitas vezes exíguos (durante deslocamentos ou em situações de espera, por exemplo), que segmentam a leitura e dificultam a apreensão da obra. Assim, a concentração pode ser afetada por uma característica estrutural do livro que é, a princípio, condição justamente para seu uso autônomo pelo leitor: a *unidade portabilidade-fluidez* (quinta categoria). A fluidez da leitura é possível graças à disposição do texto no livro, que difere da *leitura interrompida* ante o giro e troca dos rolos na Antiguidade (Cavallo & Chartier, 1999).

Reunimos os atributos de *portabilidade* – relacionada ao livro – e a *fluidez* – ligada ao texto – em uma única categoria porque elas configuram uma unidade perceptiva no livro-texto, tornando-se responsáveis por um modelo de *leitura distraída* bastante atual. Enquanto a portabilidade garante o trânsito do livro, e consigo, o controle do leitor sobre o *tempo da leitura* (imagem 1d), a fluidez do texto possibilita ao leitor conservar certo *ritmo* de leitura, *obediente* ao texto (imagem 2b). Para além da disposição das palavras na página, que constitui elemento de diagramação do livro, a fluidez do texto pode ser intensificada pela combinação a *conteúdos* de

fácil leitura e a certa forma textual, com pontuação tradicional ou próxima ao ritmo da linguagem falada, frases, parágrafos e capítulos curtos, desprovidos de estruturas gramaticais complexas, léxico de uso frequente, e mesmo um tema de notório interesse – características dos livros de entretenimento, por exemplo. Essa autonomia do leitor frente ao livro-texto, porém, tende a alimentar expectativas excessivamente positivas do leitor em relação à sua própria capacidade de leitura, trazendo a sensação ilusória de que ele é absolutamente senhor da velocidade e concentração dispensadas, promovendo a *leitura atomizada, distraída* ou *desobediente* (imagem 2d).

### LEITURA ATOMIZADA, DISTRAÍDA... LEITURA?

As formas da percepção não dependem somente das intenções do leitor e das condições naturais do organismo. Elas são também organizadas em função dos modos de existência verificados nos diferentes períodos históricos, particularmente afetados pela organização do trabalho e pelo desenvolvimento tecnológico que acompanha os ciclos de produção e transformações da cultura. No atual estágio da modernidade, as transformações culturais vinculam-se fortemente àquelas verificadas nos meios de comunicação de massa, componentes fundamentais da indústria cultural. Para Benjamin (1994), o cinema, em particular, exerce papel relevante na preparação do homem para a realização de certas tarefas exigidas. Em primeiro lugar, porque familiariza o homem com a máquina: as novidades do mercado de consumo e dos meios de produção encontram-se expostas na tela. Em segundo lugar, porque mantém o homem preso ao ritmo do trabalho, por meio da *distração*, mesmo em suas horas de lazer. Em terceiro lugar, porque contribui para aproximar a recepção visual da recepção tátil, que nos torna capazes de perceber e realizar tarefas mesmo que estejamos distraídos. O distraído habitua-se a uma percepção automática, esquivando-se da tarefa ao mesmo tempo em que a realiza. Assim é que para Benjamin (1994), "... a recepção através da distração, que se observa crescentemente em todos os domínios da arte, constitui o sintoma de transformações profundas nas estruturas perceptivas ..." (p. 194). Os meios eletrônicos contribuem para manter o sujeito apto a participar da vida produtiva, limitando uma atenção consciente que pudesse desmontar a estrutura de personalidade construída para adaptar o sujeito ao trabalho repetitivo. Fazendo um paralelo entre o livro e o cinema, o "retorno ao real" possibilitado pelo texto literário, verificado por Bosi (1972), poderia acontecer

assim não apenas em sentido libertador, mas também em sentido adaptativo, mesmo na leitura de uma obra tida como "elevada".

Nos anos 1980, o psicólogo francês C. Dejours (1995) realizou uma pesquisa que mostrou como a distração caracteriza o trabalho repetitivo (sobretudo sob um modelo administrativo taylorista). O duo distração/repetição estrutura a personalidade do trabalhador para a evitação do pensamento (que se torna ameaçador do ponto de vista emocional), e faz com que o sofrimento gerado pelo trabalho torne-se *condição* mesma para sua realização. Os programas de entretenimento hoje desenvolvidos para *estimular a distração* afetam estruturalmente a percepção do sujeito, influenciando em outras esferas da vida e na recepção das demais formas de arte<sup>5</sup>. No caso da leitura, a televisão, principalmente, e outros meios eletrônicos, aliada ao uso cada vez mais intensivo do computador, contribui para intensificar a *leitura atomizada*. Mensagens curtas de e-mail substituíram as longas cartas de outrora; *sites* carregados de *links*, imagens e elementos externos ao texto conduzem o leitor para lugares distantes antes que ele tenha sequer completado a leitura do texto inicial. A pressa leva o leitor a identificar a informação que lhe serve, sem que leitura integral do texto figure como condição.

Para Moretti (2008), desde o século XIX, a leitura distraída influencia a forma de produzir literatura. Para atrair o leitor apressado e distraído, o livro incorpora em sua forma elementos destinados a capturar a atenção, gerando o efeito perverso de habituar o leitor a certos formatos. O livro ganha figuras e ilustrações, perde volume e número de páginas; volta-se para assuntos polêmicos, fantásticos ou vinculados às necessidades mais imediatas do sujeito (livros de culinária, autoajuda, guias médicos, sempre estão nas listas dos mais vendidos). Promove-se uma leitura *veloz*, que garanta o seu consumo. As características mesmas da obra fazem com que a eventual perda de um trecho do livro, saltado em meio à leitura distraída, não importe sobremaneira para a compreensão geral

<sup>5</sup> Importante ressaltar que a concentração e a atenção fundamentais para a leitura, tornaram-se hoje um problema psicológico de mais alta relevância. O chamado "Transtorno de Déficit de Atenção e Hiperatividade", ou "TDHA" na sigla em inglês, é um *mal social* de controverso sentido médico que atingiria de 5 a 6% das crianças brasileiras em idade escolar (Barkley, 2002). A solução medicalizante oferecida pela indústria farmacêutica para essas crianças (e adultos) vem constituindo um problema de gravidade adicional: o Brasil é o segundo maior consumidor mundial dos psicotrópicos denominados metilfenidatos, prescritos para o tratamento dos diagnosticados como portadoras do TDAH, seguido apenas dos Estados Unidos. Em 2009, consumimos 2 milhões de caixas destes remédios, contra 70 mil em 2000.

do texto. A padronização almejada sacrifica a elaboração formal, em detrimento da facilidade de compreensão e do uso de estratégias para promover a tensão, promovendo a avidez da leitura. A estereotipia dos personagens, a previsibilidade dos desfechos, a ação e o mistério, a proporção entre narrativa e “enchimentos” no romance passam a adequar-se não apenas à representação da regularidade alcançada pela vida burguesa<sup>6</sup>, mas às próprias condições que essa organização empresta para a leitura. Esta a razão pela qual em outro momento (Dadico, 2011) dedicamo-nos à investigação do quanto a leitura do livro faz-se efetivamente capaz de promover o *desenvolvimento do sujeito* (imagem 2e).

Os leitores entrevistados em nossa pesquisa mostravam-se orgulhosos em dizer que liam em *quantidade* e *velozmente*. A velocidade da leitura aparece mesmo como critério para se julgar a apreciação de uma obra: gosta-se mais do livro lido rapidamente. Enquanto o modelo de leitura “padrão” é aquele privado, silencioso, “individual”, com cada vez mais frequência essa leitura acontece paralela a outros meios, o computador aceso, o aparelho que toca música ou dentro de meios outros, um ônibus, ouvindo tantos rumores, atento à parada, o transeunte que passa e esbarra.

A leitura de um título pode ser realizada por diversas pessoas em um mesmo período de tempo, como quando um livro é adotado como bibliografia de um curso, ou associado a um evento de massa. Mesmo nesses casos, os diversos leitores irão constituir não uma *massa* de leitores, mas o *público* de determinada obra. No momento da recepção, o leitor do livro não é “plugado”, como no rádio: não acende o aparelho, expondo-se à imposição repetida de canções que passarão a compor o repertório musical comum das massas (“entupindo-se” delas, se nos aproximarmos de uma possível tradução para a palavra *plug*. O termo *plugging* foi usado por Adorno e Simpson (1941) no artigo *On popular music* para descrever o mecanismo de repetição incessante das músicas no rádio, a fim de tornar o *hit* musical um sucesso). Ao abrir um livro, o leitor precisa aplicar-se em sua leitura. Daí a razão pela qual a expressão “campo fenomenal”, empregada por Adorno (2006) para analisar a relação do ouvinte com o rádio, quando referida ao livro, vir usada entre aspas, de modo metafórico. Curiosamente, *plug* é um termo usado em inglês também para os “livros

encalhados”, sentido quase oposto ao seu uso na esfera musical. Enquanto o ouvinte do rádio ou o telespectador da televisão, *pseudoindividualizados* (Adorno & Simpson, 1941), são subitamente capturados como audiência quando ligam o aparelho, o leitor do livro precisa dar-se *ao trabalho* de ler, tal como descrito em *La fatica di leggere* (Piccone-Stella & Rossi, 1964).

O leitor pode abrir e fechar o livro quando quer, pular páginas, marcá-las, rabischá-las, dobrá-las. Pode retornar e reler trechos, deslocar os olhos para antecipar-se ao parágrafo que ainda não chegou, escolher capítulos, saltar trechos que parecem não importar, separar páginas com os dedos, comparar. A autonomia do leitor advém *da experiência de leitura* mesma.

A despeito das vantagens que o leitor “individualizado” obtém, muitas vezes nota-se seu desejo de compartilhar sua experiência com outros, em espaços que o retirem da solidão em que ele aparentemente se encontra. A fome de ler também o estimula a *compartilhar livros* (imagem 1c), emprestados ou recomendados, e suas experiências de leitura. O leitor que aprecia o livro torna-se um divulgador da obra. Quando lê um livro, o leitor passa a compor o seu *público*, e a constituir uma *comunidade de leitores* (Fish, 1980), reconfigurada pela própria presença deste leitor. Essa leitura, por sua vez, passa a compor o repertório privado de experiência desses leitores, independente do fato de os membros desta comunidade relacionarem-se entre si (lembrando que a comunidade de leitores não coincide com o grupo de consumidores do livro). Enquanto a compra do livro o retira de circulação, colocando em seu lugar o dinheiro, na forma valor, é a leitura que faz o livro realizar-se enquanto valor de uso. Sem a leitura, o livro aparece exclusivamente como fetiche. Para a formação de um público leitor, são necessárias tantas comunidades de leitores. Para a circulação do livro como mercadoria, basta despertar o desejo de adquirir livros novos, de sorte que uma divulgação breve pode ser suficiente. Entre amigos, fala-se rapidamente dos livros, inclusive daqueles que *não se leu* (Bayard, 2007). O livro de Bayard ensina os leitores modernos a falar de livros que não compõem seu repertório de leituras: é uma espécie de manual do esperto, que estimula o semiformado a prosseguir não lendo, como se faltasse ao trabalho ou à aula, mas ainda assim colocando-se em posição de receber os prêmios e dividendos por um saber falsamente acumulado. Este livro recebeu uma acolhida bastante positiva em meio à crítica cultural dos cotidianos brasileiros, e seu autor é professor de uma renomada universidade francesa. A leitura extensiva, cada vez mais presente no modo de ler moderno, leva o leitor a

<sup>6</sup> Uma adequada compreensão das transformações das formas literárias em função do público é tema para mais de um livro, motivo pelo qual nos desculpamos por nossa abordagem superficial do tema. Um artigo do crítico italiano F. Moretti (2008) ajuda a compreender melhor a natureza das relações público-romance no mundo ocidental a partir do século XIX.

descobrir que pode ler sem se sujeitar completamente à obra – ainda que esta leitura se torne fragmentária e parcial. Ou estamos já falando de uma *não-leitura*?

## REFERÊNCIAS

- Adorno, T. W. (2006). *Current of music: elements of a radio theory*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1985). *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. (G. A. de Almeida, Trad.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Adorno, T.W., & Simpson, G. (1941). On popular music. In: M. Horkheimer. *Studies in Philosophy and Social Science*. New York: Institute of Social Research, (9),17-48.
- Amorim, G. (Org.). (2009). *Retratos da leitura no Brasil*. São Paulo: Imprensa Oficial/Instituto Pró-livro.
- Auerbach, E. (1969). *Philology and Weltliteratur. The Centennial Review*. (Vol.13, M. & E. Said, Trans.). Ann Arbor, MI: Michigan State University Press.
- Barker, R., & Escarpit, R. (1975) *A fome de ler*. (J. J. Veiga, Trad.). Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas/Instituto Nacional do Livro.
- Barkley, R. A. (2002). *Transtorno de Déficit de Atenção/Hiperatividade*: TDHA. Porto Alegre: ArtMed.
- Barthes, R. (1969). *Critica e verit a*. Torino: Giulio Einaudi Editore.
- Bayard, P. (2007). *Como falar dos livros que não lemos?* (R. Janowitz, Trad.). Rio de Janeiro: Objetiva.
- Benjamin, W. (1994). *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. (S.P. Rouanet, Trad.). São Paulo: Brasiliense.
- Benjamin, W. (2000). *Rua de mão única*. (R. R. Torres Filho, & J. C. M. Barbosa, Trad.). São Paulo: Brasiliense. (Obras escolhidas, Vol.2)
- Benjamin, W. (2007). *Passagens*. (I. Aron, & C. P. B. Mourão, Trad.). Belo Horizonte: Editora UFMG/São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.
- Bleger, J. (2011). *Temas de Psicologia: entrevista e grupos*. (R.M.M. Moraes, Trad.). São Paulo: Martins Fontes.
- Bos , E. (1972). *Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias*. Petrópolis: Vozes.
- Carone, I. (2003). Adorno e a educa o musical pelo rádio. *Educa o e sociedade*. 24(83), 447-493.
- Carone, I. (2011). A face histórica de “On Popular Music”. *Constela es: Revista de Teoria Crítica*. Salamanca: Ediciones Universidad Salamanca, *Diciembre* (3) 148-178.
- Cavallo, G., & Chartier, R. (1999) *História da leitura no mundo ocidental*. São Paulo:  tica.
- Dadico, L. (2011). *Constela es do livro: fisiognomia e experiências de leitura*. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Darnton, R. (2010). *A questão dos livros: passado, presente e futuro*. (D. Pellizzari, Trad.). São Paulo: Companhia das Letras.
- Dejours, C. (1995). *A loucura do trabalho*. São Paulo: Cortez.
- Duarte, R. (2007). *Teoria crítica da indústria cultural*. Belo Horizonte: UFMG.
- Fish, S. (1980). *C’  un testo in questa classe? L’interpretazione nella critica letteraria e nell’insegnamento*. Torino: Giulio Einaudi Editori.
- Funda o Instituto de Pesquisas Econ micas. (2008). *Produ o e vendas do setor editorial brasileiro*. Recuperado em 08 de agosto, 2010, de [www.abdl.com.br/UserFiles/FIPE2008.pdf](http://www.abdl.com.br/UserFiles/FIPE2008.pdf).
- Machado de Assis, J. M. (1882) Teoria do medalhão. In Machado de Assis, J. M. *Papéis Avulsos*. Recuperado em 21 de janeiro, 2011, de <http://machado.mec.gov.br>.
- Moretti, F. (2008). The novel: History and Theory. *New Left Review*. July-August (52), 111-124.
- Patto, M. H. S. (1993). *A produ o do fracasso escolar: histórias de submissão e rebeldia*. São Paulo, T. A. Queiroz.
- Piccone-Stella, S., & Rossi, A. (1964) *La fatica di leggere*. Roma: Editori Riuniti.
- Queiróz, M. I. P. (1983). *Varia es sobre a técnica de gravador no registro da informa o viva*. São Paulo: CERU/FFLCH.
- Reimão, S. (1996). *Mercado editorial brasileiro: 1960-1990*. São Paulo: Com-Arte/Fapesp.
- Rosa, J. A. (2008). *Análise do livro como produto e como negócio no contexto brasileiro atual: referências para a estratégia de marketing e comunica o na indústria editorial e para decisões de fomento e difusão do livro no âmbito governamental e institucional*. Tese de Doutorado, Escola de Comunica o e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Recebido em 26-09-2011

Aceito em 25-09-2012

**Endereço para correspondência:** Luciana Dadico. Av. Brigadeiro Luís Antonio, 388 cj.91, Bela Vista, CEP 01318-000, São Paulo-SP, Brasil. *E-mail:* ludadico@usp.br.