

UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU

MELISSA AGATHA CARNAÚBA DE SOUZA

**AS PRÁTICAS DE LEITURA NA ERA DIGITAL: COMO A
TECNOLOGIA TEM TRANSFORMADO A LITERATURA
BRASILEIRA**

SÃO PAULO

2023

MELISSA AGATHA CARNAÚBA DE SOUZA¹

**AS PRÁTICAS DE LEITURA NA ERA DIGITAL: COMO A
TECNOLOGIA TEM TRANSFORMADO A LITERATURA
BRASILEIRA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade São Judas Tadeu, como
exigência parcial para obtenção do título de
bacharel em jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Francisco Moacir
Assunção Filho

SÃO PAULO

2023

¹ Estudante do curso de Jornalismo na Universidade São Judas Tadeu, campus Butantã, e redatora do portal Folha Financeira. E-mail: melissasouza.5751@aluno.saojudas.br

AGRADECIMENTOS

Este artigo marca o final da minha jornada inesperada pela faculdade de jornalismo e não seria possível encerrar este ciclo sem agradecer aos meus pais, que estiveram presentes em todos os momentos importantes da minha vida, apoiando meus sonhos, objetivos e loucuras, sem eles nada disso seria possível e, por isso, serei eternamente grata. Devo agradecer aos meus tios e tia, que também sempre me apoiaram, me ajudaram e estiveram ao meu lado. Agradeço imensamente aos meus avós, além de serem as pessoas que mais me inspiram no mundo, também me apoiam de formas inimagináveis e não há palavras o suficiente para agradecê-los. Além deles eu não poderia deixar de fora a minha fiel companheira de aventuras e peripécias, minha cachorra Maggie, que não estaria tornando os dias da minha família mais felizes se não fosse por causa da minha jornada pela faculdade.

Em seguida, agradeço aos meus amigos da faculdade: Ana Júlia, Arthur, Odilon, Raissa, Talita, Victoria. Nos conhecemos no primeiro dia de aula e formamos o nosso grupo, a minha jornada estaria incompleta sem eles. Agradeço também ao João, que também esteve presente na minha vida acadêmica ao longo desses quatro anos, mesmo não sendo do mesmo curso que eu e acabou se tornando um grande amigo. Além deles, também agradeço aos *Escrevedores*, um grupo de amigos escritores que me ajudam sempre que possível, hoje escrevemos bem menos do que gostaríamos — temos que admitir —, mas nos conhecemos há anos e os livros, a escrita e a paixão pelo universo literário que nos uniu, a eles sou grata por todo o apoio.

Agradeço também ao Guilherme e Victoria, meus grandes amigos desde o ensino médio, que me conhecem há muito tempo, me apoiam em tudo e estão sempre presentes para me escutar. A vida adulta nos separou nos últimos meses, mas eles são muito importantes para mim. Devo agradecer também ao meu primo, Andrey, que talvez seja uma das únicas pessoas no mundo que escuta todas as minhas histórias mirabolantes e apoia cada uma delas, sem julgamentos e ainda se diverte com tudo o que eu conto, por mais surreal que seja.

Por fim, agradeço a todos os professores e mestres que fizeram parte desta jornada e me orientaram ao longo do curso. Agradeço especialmente ao Professor Mestre Francisco Moacir Assunção Filho, que me orientou ao longo deste último semestre e tornou a entrega deste artigo possível.

Muito obrigada a todos aqui mencionados!

Melissa Agatha Carnáuba de Souza.

“Às vezes me perguntam o que aconteceria comigo se não existisse a palavra escrita. Eu respondo: teria me assassinado, consciente ou não de que estava me matando. É uma resposta dramática, e eu sou dramática. O que tento dizer é que, se não pudesse rasgar o papel com a caneta, ainda que numa tela digital, eu possivelmente rasgaria o meu corpo. E, em algum momento, o rasgaria demais.”

Eliane Brum, jornalista, escritora e documentarista brasileira.

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo explorar as transformações nas práticas de leitura contemporânea, como os avanços tecnológicos, que estão proporcionando mais espaço a métodos de leitura não tradicionais, os livros digitais. Assim, os livros físicos estão dividindo o mercado com suportes ligados aos meios digitais, como o dispositivo da Amazon, o Kindle e o uso de e-books. Além disso, aborda como a venda está sendo impulsionada pelas mídias digitais. Pretendemos fazer uma análise de como as ferramentas digitais têm redefinido a interação com o conteúdo escrito, permitindo grande participação e influência do público. Na abordagem também é possível discutir o aumento de autores independentes que iniciaram a carreira através da criação de histórias online e utilizam as redes sociais como a principal ferramenta de distribuição dos livros/material produzido, sem depender de uma publicação tradicional (ou em busca de uma publicação tradicional).

Palavras-chave: escrita e leitura contemporânea; plataformas digitais; tecnologia; livros; literatura; jornalismo.

ABSTRACT

This article aims to explore the transformations in contemporary reading practices, such as technological advances, which are providing more space for non-traditional reading methods,

digital books, for instance. Thus, physical books are dividing the market with media linked to digital media, the Amazon device, known as Kindle and the use of e-books. Furthermore, it addresses how sales are being driven by digital media. We intend to analyze how digital tools have redefined interaction with written content, allowing greater public participation and influence. In the approach it is also possible to discuss the increase in independent authors who started their careers by creating stories online and using social networks as the main distribution tool for books/material produced, without depending on a traditional publication (or in search of a traditional publishing).

Keywords: contemporary writing and reading; digital platforms; technology; books; literature; journalism.

1. Introdução

A invenção da prensa, ou a máquina de imprensa, pelo gráfico alemão Johannes Gutenberg, no século XV, foi essencial para o desenvolvimento do mercado literário, permitindo a produção dos livros, que se tornaram parte do cotidiano. Desde então, os livros acompanham as transformações da sociedade, refletindo e influenciando a forma que as pessoas consomem informação e entretenimento, sobretudo no consumo de obras literárias. Nesse sentido, a presente pesquisa tem como objetivo analisar o impacto da Era Digital na literatura brasileira contemporânea, destacando o papel crucial da tecnologia no progresso de novas práticas de leitura e escrita, além das consequências positivas e negativas.

Com a pandemia de coronavírus, a procura por livros digitais, também conhecidos como *e-books* — abreviação da palavra “*electronic book*” ou livro eletrônico, em tradução livre, segundo o dicionário de Cambridge² —, aumentou exponencialmente. Segundo a pesquisa “Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro - Ano Base 2022”³ (maio, 2023) conduzida por Nielsen BookData⁴ em parceria com o Sindicato Nacional dos Editores de

² A Cambridge University Press publica dicionários para alunos de inglês desde 1995, sendo um dos dicionários mais famosos do mundo. Disponível em < <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english-portuguese/e-book?q=E-book> >. Acesso em: 10 de out. 2023

³ A pesquisa monitora o setor editorial brasileiro, fazendo análises sobre vendas, produção e distribuição de livros. Disponível em < <https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2023/08/SNEL-08-2023-08T-2023.pdf> >. Acesso em: 10 de out. 2023

⁴ A Nielsen BookData executa pesquisas e análises sobre o mercado editorial, nacional e internacional, as informações são coletadas diretamente com as editoras. Atua no Brasil desde julho de 2013. Disponível em < <https://nielsenbook.co.uk/brazil/> > Acesso em: 12 de out. 2023

Livro (SNEL)⁵ e a Câmara Brasileira do Livro (CBL)⁶, foram mais de 10 milhões de livros digitais vendidos durante o ano de 2022, através de plataformas e bibliotecas online. Além disso, os hábitos de consumo mudaram, o que fez o faturamento de livrarias online superar as vendas em lojas físicas, o número subiu de R\$ 567 milhões em 2016 para R\$ 5,8 bilhões em 2022, um aumento de aproximadamente 920%, conforme mostra a reportagem do Bom Dia Brasil (Globo, 2023, online)⁷.

As mudanças ocorreram por causa do preço, o valor dos livros aumentou 7,75% entre os anos de 2022 e 2023, custando em média R\$ 42,62, conforme indica o *Painel do Varejo do Livro no Brasil* (agosto, 2023)⁸, também realizada pela Nielsen BookData. Dessa forma, é possível observar um crescimento na demanda de livros digitais, talvez por serem mais acessíveis à população e também pela facilidade de compra através de sites online, que atraem o interesse do público que moram em regiões mais afastadas do interior do Brasil, que contam com poucas ou nenhuma livraria. A venda de *e-readers*, ou leitores eletrônicos, como o Kindle da Amazon, também colaboraram para o aumento nas vendas de e-books.

Apesar disso, a procura por livros físicos, ou seja, em papel, ainda tem relevância. Em agosto de 2023, aconteceu mais uma edição da Bienal do Livro do Rio de Janeiro, comemorando os 40 anos do evento. A feira durou dez dias e contou com a presença de milhares de brasileiros. Segundo o site PublishNews⁹, foram vendidos mais de 5,5 milhões de livros físicos apenas durante os dias do evento. Nesse sentido, é possível determinar que há espaço no mercado tanto para livros digitais quanto para livros físicos, algo que varia conforme o gosto do consumidor.

Embora o Brasil seja um país que enfrenta adversidades em relação à desigualdade social e altos índices de analfabetismo — cerca de 5,6% da população com 15 anos ou mais,

⁵ O Sindicato Nacional dos Editores de Livro (SNEL) tem como objetivo estudar e coordenar atividades editoriais presentes no país.

⁶ A Câmara Brasileira do Livro (CBL) é uma entidade sem fins lucrativos que visa promover o mercado editorial brasileiro e o incentivo à leitura no país.

⁷ Reportagem: “Venda de livros pela internet supera pela primeira vez a das lojas físicas - 22/05/2023” produzida pela Rede Globo, apresentada pela jornalista Liliana Junger para o Bom Dia Brasil. Disponível em < <https://globoplay.globo.com/v/11636341/?s=0s> >. Acesso em: 10 de out. 2023

⁸ Pesquisa: a “Painel do Varejo de Livros no Brasil” faz um comparativo entre as vendas de livros entre os anos de 2022 e 2023. Disponível em < <https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2023/08/SNEL-08-2023-08T-2023.pdf> >. Acesso em: 10 de out. 2023

⁹ Reportagem: “Bienal do Livro Rio 2023: Os livros mais vendidos” do portal Publish News, referência em notícias sobre o setor editorial. Disponível em < <https://www.publishnews.com.br/materias/2023/09/10/bienal-do-livro-rio-2023-os-livros-mais-vendidos#:~:text=Foram%205%2C5%20milh%C3%B5es%20de.editoras%20registrando%20recordes%20de%20vendas> >. Acesso em: 10 de out. 2023.

segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹⁰ —, dispõe de um mercado editorial considerado atrativo. Em um levantamento feito pelo Instituto Pró Livro (2021)¹¹, calcula-se que existam 26 milhões de leitores adultos no país.

Dessa forma, o artigo, em nossa visão, tem relevância para o entendimento do consumo literário, proporcionando uma compreensão mais profunda dos motivos pelos quais os conteúdos digitais têm ganhado mais espaço no mercado. Ademais, a abordagem apresentada pode atrair meios acadêmicos distintos, como a comunicação, tecnologia da informação e estudos culturais, o que poderá facilitar questionamentos e debates interdisciplinares.

Durante a pesquisa, será evidenciado como a tecnologia está afetando o consumo de livros no Brasil, com o objetivo de responder à pergunta-problema: como a Era Digital está influenciando o mercado literário e modificando os hábitos de consumo do público-leitor? Neste contexto, serão examinados dois materiais jornalísticos. O vídeo *Estado da Arte - Literatura digital e novos hábitos de leitura*¹², de 2021, produzido por Gabriel Snak da UFPR TV, disponibilizado na plataforma YouTube e, o *podcast* “Sevaicast #03 - E-book x Livro físico”¹³, também de 2021, produzido por Marcia Viana, disponibilizado na plataforma Spotify. Ambos os produtos apontam duas perspectivas distintas acerca do assunto.

Para corroborar as informações, será utilizada a metodologia de Análise Qualitativa Simples. De acordo com Minayo (2001)¹⁴, o material deve ser analisado deve ter um foco maior na interpretação, prevalecendo a subjetividade dos conteúdos estudados ao longo do artigo a fim de demonstrar dados não numéricos, como entrevistas, observações e documentos.

¹⁰ O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é o principal provedor de dados do país, fornecendo informações que visam auxiliar no desenvolvimento socioeconômico. Disponível em: < <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18317-educacao.html> >. Acesso em: 05 de out. 2023.

¹¹ Pesquisa: “Retratos da Leitura no Brasil” realizada pelo Instituto Pró-Livro, tem como objetivo fazer medições sobre os hábitos de leitura dos brasileiros. Disponível em: < <https://prolivro.org.br/wp-content/uploads/2020/10/1aedicaoRetratosdaLeitura2001.pdf> >. Acesso em: 05 de out. 2023.

¹² Reportagem produzida pela UFPR TV, será utilizada como material de análise do presente artigo. Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=SQdcBY7J8Uc> >. Acesso em: 28 de set. 2023.

¹³ Podcast produzido durante a Semana Virtual do Autores Independentes de 2021, também será usado como material de análise. Disponível em < <https://open.spotify.com/show/23U3C9A4IWf0jdF2usYlh6> >. Acesso em: 28 de set. 2023.

¹⁴ Maria Cecília de Souza Minayo é uma socióloga brasileira. Além disso, é pesquisadora emérita da Fundação Oswaldo Cruz.

A pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. (MINAYO, 2001, p.14)

Foram incluídas na Análise teorias jornalísticas, que trazem abordagens a fim de explorar o papel da mídia na sociedade. Os estudos jornalísticos são fundamentais para entender como a comunicação influencia a opinião pública, molda as percepções dos espectadores e são indispensáveis para formação de narrativas socioculturais.

Portanto, a teoria do *Newsmaking*, que examina os valores-notícia e estrutura as notícias, levando em conta o imediatismo, algo essencial para o jornalismo (TRAQUINA, 2005, p. 45) e a *Agenda Setting*, um conceito que argumenta sobre como o público tende a incluir ou excluir informações com base no que é apresentado pelos meios de comunicação. (WOLF, 1999, p. 144), serão utilizados para aprofundar as metodologias utilizadas e sustentar os argumentos debatidos por nós ao decorrer da análise.

2. Contextualização Histórica

Antes de abordar sobre os livros, é necessário entender como a humanidade chegou até eles no formato que conhecemos hoje. Desde a antiguidade, a partir de 4.000 a.C., surge a escrita como um meio de comunicação, sendo uma forma de transmitir pensamentos. Dessa forma, os humanos encontraram não apenas uma forma de se comunicar, como também caminhos para se expressar. “A comunicação do pensamento humano, em geral, pode ser alcançada de inúmeras maneiras — a fala é apenas uma delas. E a escrita, entre outros usos, tem o de transmitir a fala humana.” (FISCHER, 2009, p. 13). De acordo com Fischer¹⁵, a escrita está intrínseca na sociedade, utilizando um sólido sistema simbólico capaz de expressar com mais objetividade representações externas, podendo ser a realidade ou ideias abstratas.

Portanto, a escrita se torna artifício imprescindível na história dos livros, como ferramenta fundamental e capaz de auxiliar os seres humanos na comunicação. Os primeiros registros da escrita foram encontrados na região da Mesopotâmia, onde viviam os povos sumérios, que desenvolveram padrões de escrita utilizando tabuletas de argila, em 3000 a.C. Por outro lado, historiadores afirmam que os egípcios conseguiram desenvolver a própria

¹⁵ Steven Roger Fischer, linguista neozelandês, é diretor do Instituto de Línguas e Literatura Polinésia, em Auckland.

escrita em um período próximo, mas utilizaram um material perecível e frágil, os papiros, feitos através de fibras de junco. Ao longo dos anos, o papel se perdeu, devido ao tempo e ações humanas, enquanto as tabuletas permaneceram e influenciaram outras civilizações, como os persas, os gregos e outros povos da Ásia Menor (CASSON, 2018, p. 9).

As tabuletas foram o maior meio de comunicação escrita durante dois milênios, até serem substituídas por papiros, durante a ascensão do Império Romano, a partir da era cristã. Nesta época, surgem os primeiros livros manuscritos, utilizados como uma forma de armazenar informações que, durante séculos, foram o único instrumento utilizado para a difusão do pensamento escrito (FEBVRE, L.; MARTIN, H.J., 2017, p. 55). Além disso, Casson aborda em seu livro “Bibliotecas do Mundo Antigo” que os papiros ganharam o monopólio na Antiguidade por apresentarem uma produção fácil e mão de obra barata, algo que atraiu a atenção de gregos e romanos.

Assim, nasceram alguns dos primeiros livros do mundo, conhecidos como *Iliada* e a *Odisseia*, dois poemas épicos escritos por Homero¹⁶. Além dele, outros autores surgiram na mesma época. Entretanto, os livros não eram acessíveis a toda a população, já que era necessário ter conhecimento sobre escrita e, conseqüentemente, leitura para entender o texto. Por conseguinte, surgem os bardos, os primeiros contadores de história, algo que daria origem às peças teatrais alguns anos mais tarde.

No século IV a.C., historiadores acreditam que Atenas tinha métodos organizados para a produção literária, visto que é possível encontrar registros de “vendedores de livros” em textos de filósofos gregos. Embora incomum e pouco acessível, a população mais abastada conseguia investir em livros e existiam até alguns colecionadores com seu próprio acervo pessoal. Anos mais tarde, surgiram as primeiras bibliotecas, como é o caso da Biblioteca de Alexandria, a maior e mais famosa do seu tipo na Idade Antiga, reunia uma variedade de livros, de todos os lugares e aberta ao público qualificado, aqueles que estavam aptos a ler. Até hoje, não se sabe ao certo que fim levou a biblioteca, mas a crença mais comum e aceita é que foi levada pelo fogo e seu grande acervo literário virou cinzas.

Apesar disso, os livros, ainda feitos de papiros e no formato de rolos, começaram a ganhar mais força no mundo Ocidental. Com a ascensão do Império Romano, novas bibliotecas surgiram e os livros começaram a ser produzidos em outros idiomas, como o

¹⁶ Homero ficou conhecido como um dos maiores poetas épicos da Grécia Antiga.

latim, que consagrou a escrita antiga durante séculos, até a queda dos imperadores romanos, no século V d.C. Neste período, a produção literária e a conversação dos livros mudou:

Ao longo dos sete séculos, que decorreram desde a queda do Império Romano até o século XII, foram realmente os mosteiros e, acessoriamente, o conjunto dos outros estabelecimentos eclesiásticos que conservaram o monopólio quase integral da cultura livresca e produção do livro. ((FEBVRE, L.; MARTIN, H.J., 2017, p. 56).

As mudanças mais significativas começaram a acontecer durante a Idade Média, de 476 a 1453 d.C., quando os livros começaram a ser produzidos com peles de animais, como ovelhas e cabras, com um material chamado de pergaminhos. Neste momento, as obras produzidas com papiro começaram a ser substituídas pelos pergaminhos, que ganharam destaque em toda a Europa e, posteriormente, em outras regiões do mundo. Contudo, a técnica foi superada quando as expedições para outros continentes começaram e trouxe uma nova matéria-prima: o papel.

Foi no século XII que apareceu na Itália este novo tipo de 'pergamino' trazido pelos mercadores que tinham relações com os árabes. Evidentemente, o papel não apresentava as mesmas qualidades exteriores do pergaminho. Mais fino, de aspecto felpudo (por muito tempo pensou-se que fosse fabricado com algodão), tinha menor firmeza e rasgava-se facilmente. (FEBVRE, L.; MARTIN, H.J., 2017, p.76).

Dessa forma, o papel se torna um material fundamental para a produção literária. No entanto, a mudança não aconteceu de forma drástica, mas gradualmente. Quando surgem as primeiras fábricas de papel na Itália, outros países europeu demoraram para aderir a este novo recurso. A princípio, houve um certo preconceito com a utilização de papel, estudantes e copistas continuaram escrevendo manuscritos em pergaminho. Embora os italianos crescessem no mercado papelero e se tornaram os maiores importadores da Europa, existindo depósitos do produto em todos os grandes centros.

Aos poucos, o papel foi conquistando a sociedade europeia, a tempo de chegar na Alemanha para o surgimento da imprensa. Em meados do século XIV, setenta anos antes de Gutenberg, surgiu a xilografia, uma técnica de impressão de imagens que pôde ser aperfeiçoada devido ao uso do papel. Até então, os estudiosos estavam testando estampar ilustrações em couro e peles de animais, sendo uma técnica herdada do Oriente. No início, estava sendo utilizada para a criação de ornamentos decorativos e religiosos. Febvre e Martin

apontam que o papel foi fundamental para a difusão em larga escala de obras contendo imagens e textos.

Novas possibilidades ofereciam-se, assim, não tanto por causa do preço de custo do papel que só baixou pouco a pouco, mas porque era possível fabricar em grande quantidade a nova matéria e porque ela oferecia uma superfície perfeitamente lisa. Tudo isso fazia dele um suporte ideal para a realizar uma larga difusão das imagens e dos textos. (FEBVRE, L.; MARTIN, H.J., 2017, p.98)

Ainda assim, a xilografia se fez necessária apenas para a Igreja. Na época, os líderes religiosos estavam interessados em atingir todas as camadas da sociedade e transmitir imagens de santos que, até então, só eram vistos nos vitrais das igrejas e em torno dos capitéis¹⁷. Durante anos, textos literários, teóricos e científicos foram produzidos em baixa escala utilizando técnicas de xilografia e papel, sempre com a fiscalização do clero sobre o conteúdo produzido.

A xilografia, porém, foi fundamental para o surgimento de uma nova técnica. Na segunda metade do século XV, alguns países começaram a desenvolver técnicas de cunhagem e fundição¹⁸, que utilizavam moldes de metais ou terra para a criação de moedas e medalhas. Então, em 1434, Johann Gutenberg, ourives de profissão, mas nascido em uma família de moedeiros, começou a desenvolver moldes para criar caracteres que poderiam ser impressos no papel através de uma máquina conhecida como prensa. No entanto, o processo de impressão de livros demorou anos para ser aperfeiçoado, principalmente devido à falta de capital e por haver uma necessidade de padronizar o material produzido, para que pudesse ser distribuído em larga escala, como era a intenção.

Febvre e Martin contam que a prensa foi importante para o desenvolvimento da produção literária. “A prensa era, como se vê, um instrumento relativamente aperfeiçoado, embora suficientemente fácil de se construir, a ponto de poder ser fabricado por um marceneiro ou um carpinteiro comum,” (FEBVRE, L.; MARTIN, H.J., 2017, p. 126). Portanto, representou um marco fundamental para a criação da imprensa, quando começaram a ser transmitidas notícias para a população.

¹⁷ Capitéis: na arquitetura, parte superior de uma coluna, podia ser adornada com decorações e imagens religiosas.

¹⁸ Métodos utilizados na confecção de moedas e consiste no processo de estampar gravuras, em uma ou ambas as faces, de moedas e medalhas.

As técnicas criadas por Gutenberg continuaram a ser melhoradas mesmo após sua morte e permaneceram até a Segunda Revolução Industrial, na segunda metade do século XIX, quando novas técnicas de produção começaram a surgir com a criação da máquina a vapor, modificando a indústria mais uma vez. Neste período, a produção deixou de ser apenas literária e começou a ser jornalística também. A princípio, a imprensa era atribuída apenas para a produção de propagandas, sendo utilizada para transmitir informações sobre serviços e produtos que eram distribuídos ao público, principalmente na Inglaterra e outros países europeus. Aos poucos, as notícias de interesse público foram ganhando espaço.

O jornalismo como conhecemos hoje na sociedade democrática tem suas raízes no século XIX. Foi durante o século XIX que se verificou o desenvolvimento do primeiro *mass media*, a imprensa. A vertiginosa expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos neles; um número crescente de pessoas dedica-se integralmente a uma atividade que, durante as décadas do século XIX, ganhou um novo objetivo — fornecer informação e não propaganda. (TRAQUINA, 2005. p.34).

Assim, podemos observar que foram necessárias diversas mudanças ao longo dos séculos para chegar no livro no formato que conhecemos hoje e, mesmo assim, o livro continua a evoluir conforme novos avanços tecnológicos vão sendo desenvolvidos.

3. Mercado editorial brasileiro

Em âmbito nacional, a produção editorial demorou para se estabelecer no Brasil, se comparado com outros países, como é o caso da Europa. Em 1808, com a chegada da Corte Portuguesa ao Brasil, surgem os primeiros registros de livros produzidos em nível nacional, principalmente após a fundação da Imprensa Régia, por Dom João VI¹⁹, sendo mais de trezentos anos depois da invenção da prensa ou máquina de imprensa. A primeira obra impressa em solo brasileiro foi *Marília de Dirceu*, do autor Tomás Antônio Gonzaga²⁰. Nessa época, quem detinha o poder sobre os livros publicados era o imperador e as impressões não oficiais estavam proibidas em todo o país.

Até 1822, a Imprensa Régia deteve o monopólio da impressão no Rio de Janeiro [...] Durante o período de catorze anos de monopólio das impressões no Rio, foram produzidos mais de mil itens. [...] Grande parte desses mil itens da Imprensa Régia

¹⁹ João VI foi rei de Portugal, Brasil e Algarves de 1816 a 1822.

²⁰ Conhecido apenas como Dirceu, foi um jurista, poeta e ativista político, tendo participado da Inconfidência Mineira. É o autor do poema lírico *Marília de Dirceu* de 1792.

brasileira era constituída de documentos do governo, cartazes, volantes, sermões, panfletos e outras publicações secundárias. (HALLEWELL, 1985, p. 113)

Apesar da demora para se consolidar no mercado editorial, o Brasil conseguiu estabelecer uma produção sólida e conquistar um público-leitor fiel ao longo dos anos. Na pesquisa *O Livro no Brasil* (1985) é abordado que, embora o desenvolvimento da produção editorial tenha sido atrasada, nenhuma outro país cresceu tão rápido nesta indústria, algo que fez o mercado expandir por todo o território nacional de forma acelerada, assim atingindo diversas regiões do país, com uma produção diversificada e abrangente, não sendo limitada apenas a livros de ficção, como também livros didáticos, técnicos, científicos e religiosos. Dessa forma, o Brasil apresenta um mercado variado, que atende a diferentes públicos.

O Brasil apresenta no campo editorial, como em tudo mais, uma ampla gama de superlativos extremos. Poucos países levaram tanto tempo para desenvolver uma indústria editorial nacional. Mas poucos a desenvolveram tanto nos últimos anos. E nenhum país do Terceiro Mundo possui hoje uma indústria editorial, em uma única língua, tão grande. A amplitude da produção editorial brasileira é, também, enorme: desde o autor de poesia popular que imprime, apregoa e vende seus próprios folhetos, até uma editora de livros didáticos para o ensino fundamental do tamanho da Ática, por exemplo, com seu cadastro computadorizado no qual estão arrolados meio milhão de professores. (HALLEWELL, 1985, p. 32)

Por longos anos, o mercado editorial brasileiro permaneceu inerte. As primeiras grandes mudanças começaram a acontecer no início do século XX. Neste período, a produção de livros estava centralizada apenas no Rio de Janeiro, mas com a fundação da Faculdade de Direito de São Paulo, houve uma demanda estudantil, o que impulsionou a abertura de novas livrarias e gráficas. Anos mais tarde, em meados da década de 1940, durante o período da Segunda Guerra Mundial, houve o desenvolvimento da indústria brasileira, o que beneficiou diversos setores, sendo uma situação favorável para a produção editorial, embora ainda longe do ideal.

Mesmo com novas tecnologias surgindo durante o século XX, o desenvolvimento na produção de livros demorou para acontecer, além de serem poucas, mas o suficiente para estabelecer uma forma tradicional de produzir livros, que persistiu até os anos de 1990, quando a internet começou a trazer avanços significativos. Dessa forma, é possível observar que as mudanças mais evidentes no setor aconteceram em um período considerado recente.

O mercado editorial permaneceu por muito tempo estabilizado. Até os anos 1990, antes da difusão da internet, era praticamente impossível imaginar que haveria algum momento na história em que as pessoas iriam a supermercados, lojas de confecções, de música, locadora de filmes, livrarias e outros, sem precisar sair de casa. Mas o avanço tecnológico permite inovações que podem desestabilizar a economia, bem como os mercados e as formas de troca. O movimento digital possibilitou o desenvolvimento do *e-commerce* como meio de realizar trocas e permitiu uma verdadeira “revolução” na estrutura dos mercados. (MEDEIROS, Juliana; et.al, 2013, p. 03)

Portanto, o período foi marcado por grandes mudanças, que foram recebidas de forma positiva pelo mercado. Em 1991, foram quase 290 milhões de exemplares vendidos em território nacional, conforme indicam dados da Câmara Brasileira do Livro, a CBL. No entanto, o mercado enfrentou desafios devido aos impactos da política brasileira e com a chegada do Plano Real em 1994. Além disso, os índices de vendas variam entre os estados brasileiros. Por exemplo, o preço estabelecido pelas livrarias paulistas poderia ser considerado elevado para os compradores cariocas. (HALLEWELL, 1985, p. 814-815)

Criando um paralelo com os dias atuais, apenas durante o ano de 2022, foram vendidos 324 milhões de exemplares com um faturamento de R\$ 5,5 bilhões, conforme os dados da pesquisa *Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro - Ano Base 2022* conduzida por Nielsen BookData em parceria com o Sindicato Nacional dos Editores de Livro (SNEL) e a Câmara Brasileira do Livro (CBL). O aumento na venda dos livros foi de 11,72% em relação às vendas de 31 anos atrás. Observando apenas por esse ângulo, o crescimento não parece significativo. Entretanto, o faturamento do mercado é muito superior, mesmo considerando gastos elevados com insumos e as oscilações da inflação, que afetam diretamente nas vendas.

Na pesquisa *How big is global publishing?* (em tradução livre, “Qual o tamanho do mercado editorial global?”), desenvolvida por Rüdiger Wischenbart²¹, com o intuito de analisar o tamanho dos mercados editoriais em nível mundial, coletando dados sobre a produção e o preço dos livros. O faturamento mundial do mercado editorial atingiu 122 bilhões de euros, superando a indústria da música e games, os dados são de 2017. O estudo

²¹ Jornalista e pesquisador, Rüdiger Wischenbart, promove análises sobre mercados editoriais do mundo inteiro.

também criou um ranking com os maiores mercados, os três maiores são Estados Unidos, China e Alemanha, enquanto o Brasil ocupa a 13ª posição (PUBLISHNEWS, 2017).²²

Além disso, algo que impulsionou o mercado foi o desenvolvimento de meios digitais, que tiveram um crescimento acelerado após a internet. Dessa forma, é possível observar que novos métodos de leitura foram surgindo e os livros impressos deixaram de ser o único suporte da leitura, assim abriu espaço para que os livros eletrônicos, sejam eles *e-books* ou audiolivros pudessem ser reconhecidos no mercado editorial brasileiro.

No século XX, a expansão e o desenvolvimento dos computadores propiciaram, entre outras inovações, o surgimento do livro eletrônico: livros digitalizados, transmitidos por meio de redes virtuais ou disponíveis em bases eletrônicas, e lidos em uma tela de computador ou apetrechos análogos. O livro eletrônico gerou uma enorme quantidade de artigos e de livros (!) que prognosticavam (e prognosticam) o chamado “fim do livro (impresso)”. (REIMÃO, 2004, p. 05)

Nesse sentido, a internet proporcionou a expansão do mercado nos últimos 30 anos. No entretanto, não foi o único fator determinante. O mercado também é diretamente influenciado por índices de educação, demografia e a renda da população. As transformações tecnológicas não aconteceram apenas para o mercado, mas para os autores e consumidores também, que começaram a ter uma relação mais próxima com o impulsionamento das mídias sociais. Sendo assim, estabeleceu-se uma rede de comunicação entre quem produz o conteúdo e quem consome.

4. Influências das mídias sociais no consumo de livros no Brasil

Ao longo dos anos, o desenvolvimento tecnológico permitiu que as mídias sociais estivessem cada vez mais presentes na vida das pessoas, principalmente após a criação da Internet. Através de aparelhos que auxiliam na comunicação, como computadores, smartphones e tablets, a sociedade está passando por períodos de transformações, que estão modificando a maneira de transmitir informações e consumir conteúdos midiáticos. Atualmente, o Brasil é o terceiro país que mais consome redes sociais no mundo, atrás apenas de Índia e Indonésia (O GLOBO, 2023).²³

²² Disponível em: <

<https://www.publishnews.com.br/materias/2017/10/05/qual-o-tamanho-do-mercado-editorial-> > Acesso em: 28 de outubro de 2023.

²³ VELOSO, Ana Clara. “Brasil é o terceiro país que mais consome redes sociais”. O Globo, Rio de Janeiro, 26 de março de 2023. Economia / Tecnologia. Disponível em: <

Dessa forma, é possível observar que os usuários brasileiros estão constantemente conectados em plataformas de comunicação, recebendo uma gama de informações instantâneas, que influenciam diretamente na tomada de decisão e em hábitos de consumo. Além disso, o avanço das redes sociais proporcionou que os usuários também produzissem o próprio conteúdo, assim surgem os Influenciadores Digitais. O termo apareceu pela primeira vez em inglês — *digital influencers* — e é usado para definir pessoas que produzem conteúdo em plataformas online, normalmente de um nicho específico, fazendo recomendações, críticas, avaliações e testes de um determinado produto.

Os influenciadores digitais fazem parte de um espaço social de relações marcadas por disputas pelo direito à legitimidade. Assim, “ser influente”, poder dizer algo, ter legitimidade em um campo não é fato dado, mas construído. Para ser capaz de influenciar, em alguma medida, um grupo de pessoas, pressupõe-se um destaque, prestígio; algum tipo de distinção em meio ao grupo. (KARHAWI, 2016, p. 55)

Nesse sentido, os influenciadores digitais viraram uma “autoridade” no conteúdo que se propõem a produzir, criando uma identidade única e proporcionando a sensação de pertencimento para um coletivo. Os influenciadores estão presentes nas principais redes sociais, como Instagram, X (antigo Twitter)²⁴, Tik Tok e YouTube. Através da mídia, eles produzem, compartilham e disseminam informações próprias ou de outros criadores (TERRA, 2010, p. 86). No entanto, tratando da produção de conteúdo, não existe uma análise valorativa. O conteúdo criado pode ser de fotos bem clicadas, publicações em blogs, vídeos com edições profissionais, etc (KARHAWI, 2016, p. 55).

Dessa forma, eles são capazes de influenciar o público, seja de forma positiva ou negativa. Em relação aos produtores de conteúdo voltados para o meio literário, eles se concentram em três plataformas principais, o Instagram, YouTube e o Tik Tok — sendo chamados de *bookgrams*, *booktubers* e *booktokers*²⁵ respectivamente. Assim, surge uma nova tendência: contas voltadas unicamente para a literatura, que apresentam dicas de livros, resenhas literárias e divulgação de autores, sejam nacionais ou internacionais.

Antes mesmo do boom do app no Brasil em 2020, durante a pandemia, já existiam conteúdos nichados sobre os mais variados assuntos — o que só aumentou com o

<https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais.ghtml> > . Acesso em: 28 de outubro de 2023.

²⁴ Em 2023, o atual dono do Twitter, Elon Musk, alterou o nome da plataforma para “X”.

²⁵ Os termos são utilizados entre o público mais jovem, mas ficaram populares nas redes sociais nos últimos anos, principalmente dentro da plataforma TikTok.

surgimento e migração de criadores para lá. Dentro deste universo, está o chamado “booktok” — que, como o nome indica, é a parte que reúne conteúdos sobre o mundo literário (GLAMOUR, 2022).²⁶

FIGURA 1 — EXEMPLOS DE VÍDEOS²⁷



A comunidade literária começou a ganhar destaque com a pandemia de Covid-19 em 2020. Devido às medidas de distanciamento social, as pessoas sentiram a necessidade de se conectar umas com as outras de alguma forma e encontraram nas mídias sociais o conforto que precisavam quando não podiam encontrar os amigos, familiares ou apenas queriam se distrair por estarem impossibilitados de sair de casa. Por conseguinte, as redes sociais foram fundamentais para que as pessoas conseguissem se conectar, por causa delas foi possível encontrar grupos sociais com o mesmos interesses, algo que possibilitou para que formassem laços em comum.

Com a impossibilidade de sair de casa para encontrar amigos e familiares por praticamente dois anos, muitos brasileiros viram nas redes sociais uma forma de não perder o contato. Por exemplo, lives de artistas reuniram públicos de milhões, modas foram lançadas, discussões e debates foram feitos, parcelas da população foram

²⁶ PASSOS, Nívia. “Dia Mundial do Livro: como o TikTok aumentou a venda das publicações?”. Glamour, 23 de abril de 2022. Disponível em: <

<https://glamour.globo.com/entretenimento/livros/noticia/2022/04/dia-mundial-do-livro-como-o-tiktok-aumentou-a-venda-das-publicacoes.ghtml> > . Acesso em: 28 de outubro de 2023.

²⁷ As figuras estão sendo utilizadas como exemplos concretos de como o conteúdo é apresentado nas redes sociais. Neste caso usando vídeos do TikTok. Vídeo 1: < <https://vm.tiktok.com/ZMjofxpyc/> > Vídeo 2: < <https://vm.tiktok.com/ZMjofqPji/> > Vídeo 3: < <https://vm.tiktok.com/ZMjofqtew/> > Acesso em: nov. de 2023.

mobilizadas. Assim a vida passou a acontecer em uma grande parcela de forma online (NINHO DIGITAL, 2022).²⁸

O sucesso das *bookredes*, como são chamadas atualmente, criaram uma comunidade que acolhe leitores do Brasil e do mundo, em especial o público mais jovem. O espaço serve para divulgar obras de diversos gêneros e autores, tendo opções que atendem os gostos de todas as idades. Embora o espaço atraia muitos adolescentes e jovens adultos, ainda mais por conta dos livros *young adult* — “Segundo a crítica especializada, não há que se falar em gênero literário “Young adult”: trata-se de um viés literário que abrange diversos gêneros.” (EDITORA DIALÉTICA, 2022)²⁹ —, ainda há espaço para leitores mais velhos, que buscam por novos conteúdos.

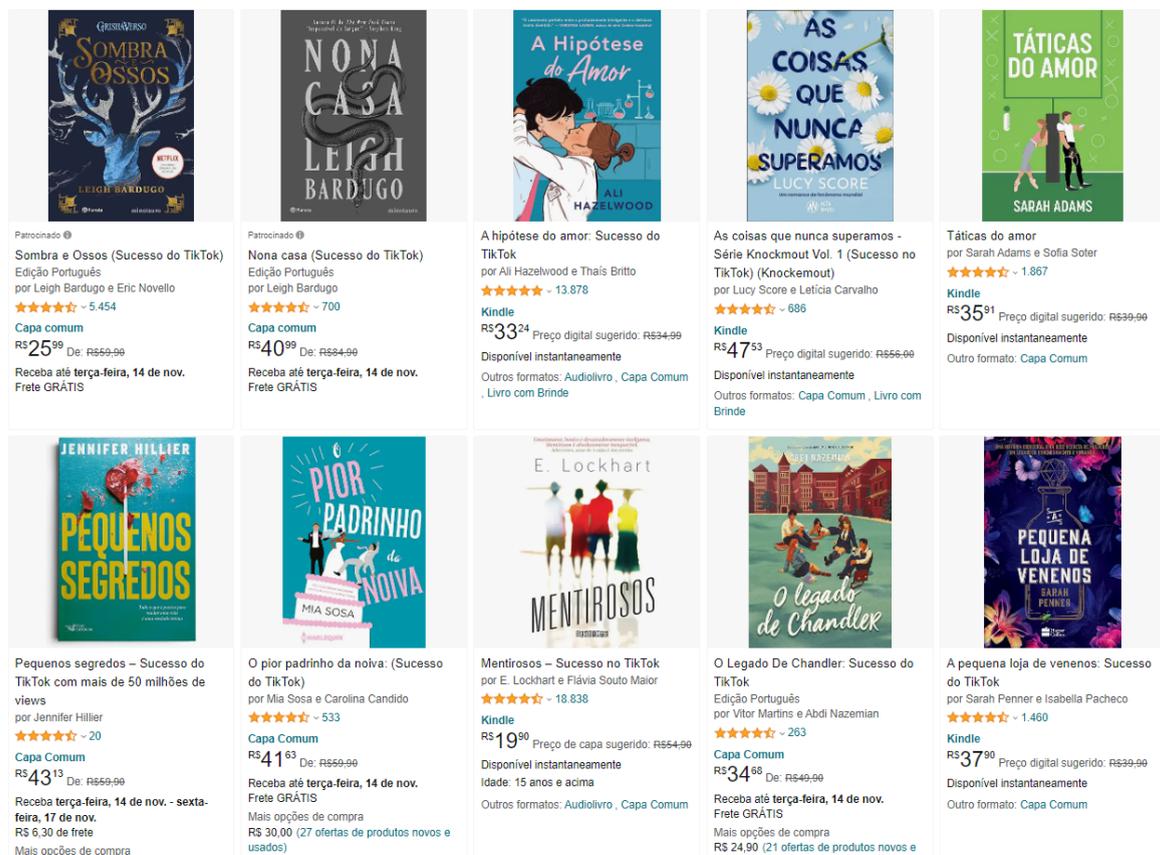
Os vídeos produzidos nas redes sociais são rápidos, levando menos de um minuto para trazer todas as informações necessárias. “Os tempos são líquidos porque tudo muda tão rapidamente. Nada é feito para durar, para ser sólido.” (BAUMAN, 2001), a frase pode ser usada para definir como funciona a produção de conteúdo para a internet. As tendências mudam rapidamente, todos os dias surgem novos títulos e autores ainda desconhecidos. Em muitos casos, o livro faz sucesso durante um mês e acaba sendo esquecido em poucas semanas.

Apesar disso, as tendências estão transformando a forma que os livros são consumidos entre o público brasileiro. Na Amazon, plataforma de *e-commerce* que se destaca na venda de livros, já existe a categoria “Sucesso no Tik Tok” e é focada em apresentar obras que estão viralizando entre os usuários da rede social.

²⁸ BERTICELLI, Carolina. “O uso das redes sociais no Brasil e as mudanças durante a pandemia”. Ninho Digital, 9 de maio de 2022. Blog do Ninho. Disponível em: < <https://ninho.digital/uso-das-redes-sociais/> > . Acesso em: 12 de novembro de 2023.

²⁹ “Você conhece a Literatura ‘Young Adult’ (YA)?”. Editora Dialética, São Paulo. Blog da Editora Dialética. Disponível em: < <https://editoradialetica.com/blog/voce-conhece-a-literatura-young-adult-ya/> > Acesso em: 12 de novembro de 2023.

FIGURA 2 — EXEMPLO DE VENDAS NA AMAZON



A imagem é uma captura de tela do site Amazon feita pela autora do presente artigo.³⁰

Com mais 170 bilhões de visualizações, a hashtag **#Booktok** é uma das principais engrenagens do TikTok — rede que vem crescendo exponencialmente com vídeos curtos e conteúdos personalizados pela tecnologia de algoritmos. Só no Brasil, são 15 bilhões de visualizações. A influência no mercado literário e editorial é tanta que algumas livrarias físicas e digitais têm adotado uma repartição chamada de “Queridinhos do TikTok”, onde ficam expostas obras que viralizaram na rede social e acabaram se tornando um sucesso de vendas. (EMERGE MAG, 2023)³¹

Portanto, podemos observar que o mercado está acompanhando as novas tendências e atendendo as demandas do público. Nesse sentido, as redes sociais são ferramentas importantes para os vendedores de livros entenderem como público alvo está se comportando

³⁰ A figura exemplifica como a plataforma Amazon está inserindo os títulos para venda, utilizando a expressão “Sucesso no TikTok”. Disponível em: <

<https://www.amazon.com.br/livros-sucesso-do-tiktok/s?k=livros+sucesso+do+tiktok> > Acesso em: 12 de nov. de 2023.

³¹ ZANARDI, Isabelle; MESQUITA Maria; e SCAVACIN, Vitor. "#Booktok movimentando mercado literário". Emerge Mag, São Paulo, 06 de setembro de 2023. Cultura e Artes. Disponível em: <

<https://emergemag.com.br/booktok-movimentando-mercado-editorial-e-literario/> > . Acesso em: 12 de nov. de 2023.

diante das mudanças: quais os gêneros mais consumidos, quais os autores mais procurados e quais as obras mais lidas. Além disso, é possível acompanhar de perto as opiniões dos leitores, que acabam tendo uma presença muito grande e influenciando não apenas quem vende os livros, mas quem escreve e produz também.

As redes sociais proporcionaram também o crescimento de autores independentes, que produzem o próprio conteúdo, sem vínculo com editoras tradicionais. Atualmente, a internet conta com plataformas de autopublicação que se destacam no mercado, sendo um dos maiores exemplos a Amazon. Através do “Kindle Direct Publishing (KDP)”, a plataforma gratuita permite que autores independentes do mundo inteiro tenham acesso a uma ferramenta prática para publicar seus livros, podendo ser físicos ou digitais, no formato *e-book*.

A pandemia também mexeu com a publicação independente no Brasil, afetando consideravelmente os números e porcentagens. Segundo o site do Clube dos Autores, em abril de 2020 foi registrado um aumento de 40% na quantidade de livros publicados em relação ao mesmo período de 2019. Em maio, as vendas cresceram 56% e o número de novos autores aumentou em 83%. (UFSM, 2022).³²

Por fim, as comunidades de fãs também desempenham um papel importante para o consumo literário. Popularmente conhecidos como *fandom*, os grupos de fãs apoiam os escritores favoritos através da mídia, produzindo conteúdo sobre as obras ou apenas como comentaristas. De modo geral, são pessoas jovens, não especialistas em literatura, mas com conhecimento suficiente para selecionar obras que atendem aos próprios critérios e compartilham opiniões em comunidades virtuais (MIRANDA, 2009). Em alguns casos, os leitores também produzem conteúdos relacionados às de forma não oficial, como *fanarts* e *fanfictions*, artes e textos produzidos pelos fãs, sem fins lucrativos, apenas para entretenimento do público.

O *fandom* mostra como a recepção da literatura, (re)apropriada pelos usuários em contexto hipermidiático, vem permitindo uma atualização do sistema literário, com a renovação das atividades tradicionais de leitura e escrita e com a formação de novos cânons. Constituídos por obras clássicas e modernas, eruditas e populares, esses cânons parecem se compor obedecendo tanto a critérios antigos quanto a demandas contemporâneas. Espera-se dos textos eleitos que

³² Viana, Ana Alice; Cofani, Giulia; Nunes, Luiza e Cardomingo, Maria Eduarda. "Os desafios e oportunidades de um escritor independente". Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 25 de maio de 2022. Agência da Hora. Disponível em: < <https://www.ufsm.br/midias/experimental/agencia-da-hora/2022/05/25/os-desafios-e-oportunidades-de-um-escritor-independente> > . Acesso em: 14 de nov. 2023.

respondam ou continuem respondendo às interrogações da atualidade, e que possam oferecer desafios ao exercício da interatividade, que parece ser a marca distintiva da leitura e da crítica no fandom. (MIRANDA, 2009, p. 03)

Assim, os *fandom* também auxiliam na identificação da postura do público, em que o leitor não se identifica apenas como tal, mas também pode ser autor, crítico, fã, tradutor, comentarista, divulgador, ilustrador, editor (MIRANDA, 2009). Então, o meio digital proporcionou uma relação mais próxima entre quem produz, os escritores, e quem consome, o público-leitor. Por fim, as redes sociais estão desempenhando um papel essencial para o crescimento do mercado editorial no Brasil, principalmente após o período da pandemia. Apesar de existir um público, em muitos casos, nichado, ainda existe uma grande demanda pela literatura.

5. Comparativo entre Livros Digitais e Livros Físicos

Por longos anos, os livros físicos eram os únicos no mercado. Entretanto, em 1993, o escritor Peter James publicou a primeira obra considerada digital, o livro *Host* foi lançado em dois disquetes e ficou conhecido como o primeiro romance eletrônico do mundo. Apesar disso, James não foi o inventor do livro digital. Em 1971, o norte-americano Michael Stern Hart utilizou a rede de computadores da Universidade de Illinois, local onde trabalhava, para transmitir uma cópia gratuita da Declaração da Independência Norte-Americana, que estava sendo distribuída durante o feriado. “Entusiasta do futuro e das novas tecnologias, a leitura em formato digital passou a ser uma paixão para Michael. Ele então criou o Project Gutenberg, a maior rede de e-books gratuitos do mundo, com mais de 46 mil títulos e que segue ativa mesmo após a sua morte, em 2011.” (REITEC, 2020)³³

Dessa forma, os livros digitais começaram a ganhar espaço no mercado no século XX, atraindo o público interessado nas novas tecnologias. Neste período, surgiram os primeiros leitores digitais, mas os aparelhos eram novos, tanto para quem produzia, quanto para quem consumia e logo começaram a apresentar complicações, por exemplo, para baixar os arquivos, que precisavam de um cabo conector e nem sempre era algo prático. Por isso, os e-books foram perdendo força e quase caíram em desuso em poucos anos de existência.

³³ ROCHA, Bruna. “E-books: a aliança entre a tradição da leitura e a tecnologia”. ReiTec, 29 de outubro de 2020. Disponível em: <
<https://www.reitec.net.br/historia-dos-e-books/#:~:text=Em%201993%2C%20Peter%20James%20publicou.norte%2Damericano%20Michael%20Stern%20Hart>> . Acesso em: 12 de nov. 2023.

Todavia, o empresário Jeff Bezos, fundador e dono da Amazon, enxergou potencial nos livros digitais e apostou nessa nova tecnologia. Em 2004, a empresa estava em ascensão nos Estados Unidos, sendo seu maior foco a venda de livros. Então, os investimentos de Bezos proporcionaram a fundação de um laboratório de pesquisas na Califórnia para criar um dispositivo que pudesse baixar livros com mais facilidade, evoluindo a ideia original dos *e-readers*. Assim, surgiram os primeiros protótipos do que mais tarde viria a ser o Kindle, um dos aparelhos mais conhecidos no mundo utilizado para a leitura de *e-books*.

Diante desta situação, os livros físicos não eram mais os únicos no mercado. Embora no início houve um receio quanto aos livros digitais, o mercado editorial começou a entender melhor este novo formato e ambos passaram a coexistir. Por isso, nos dias atuais, o livro digital não é visto como uma ameaça ao livro físico e ambos são o mesmo produto, apenas produzidos de maneiras diferentes, mas desempenham a mesma função. Nas palavras de Umberto Eco:

Das duas, uma: ou o livro permanecerá o suporte da leitura, ou existirá alguma coisa similar ao que o livro nunca deixou de ser, mesmo antes da invenção da tipografia. As variações em torno do objeto livro não modificaram sua função, nem sua sintaxe, em mais de quinhentos 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. (ECO, 2010, p. 9)

Em relação ao mercado, os livros digitais representam apenas uma fração das produções e vendas no Brasil se comparados com os livros impressos. “Se uma editora tem um faturamento x, pelo menos 70% será de livro impresso, uns 30%, ou até menos, acaba sendo e-book.” (GUERRA, 2020). A situação varia conforme a segmentação, algumas áreas são mais receptivas ao livro digital. “As pessoas que trabalham com isso [tecnologia] têm receptividade aos livros digitais. Então, nessas áreas [as vendas] chegam a 30% e tem outras que não tem receptividade, como os livros infantis.” (BACELLAR, 2020)³⁴. No caso do mercado internacional, as vendas emplacaram melhor, como nos Estados Unidos, os livros digitais conseguiram superar a venda de livros impressos, embora também tenham recuado nos últimos anos. O *e-book* acaba sendo mais falado do que consumido pelo público-leitor.

³⁴ Sidney Guerra e Laura Bacellar são especialistas no mercado editorial brasileiro e produzem vídeos juntos para um canal no YouTube. “Qual o panorama dos e-books no mercado editorial brasileiro? [DROPS #13]”, abril de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AIOsIT1C4Ck> Acesso em: 14 de nov. 2023.

Apesar dos e-books serem minoria no mercado editorial, eles estão sendo utilizados de diversas formas na internet. Por exemplo, para auxiliar a publicação de autores independentes, que conseguem estar inseridos no mercado sem depender de uma editora tradicional e distribuem os livros digitais através de plataformas online. Por outro lado, com o aumento dos livros digitais, o índice de pirataria, ou seja, a falsificação de livros, cresceu de forma exponencial. Em muitos casos, os usuários traduzem livros internacionais para o português e distribuem os arquivos digitais, como *e-pub*, por meio das redes sociais e outras plataformas.

Outra influência para a leitura de livros piratas está relacionada com o fato de que a relação entre leitor e autor, na maior parte das vezes, está atravessada por editoras, tradutores, livrarias e bibliotecas. Muitas vezes, a editora que compra o direito autoral pode demorar anos até fazer a publicação de um livro, isso é notado principalmente em livros em série, fazendo com que fãs daquele autor procurem uma forma de burlar esse empecilho, encontrando uma forma de ter acesso à obra já escrita. (MARTINS, 2019, p. 31)

Este tipo de conduta é uma violação do Código Penal e infringe a Lei de Direitos Autorais, Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998. Embora a lei receba algumas críticas, já que é utilizada para proteção que atende mais a indústria cultural que ao próprio autor, ela ainda é uma forma de regulamentar e proteger o setor editorial no Brasil. No entanto, por longos anos, os livreiros detinham os direitos autorais das obras e a lei tinha como objetivo beneficiar quem mais lucrava.

Somente quando os livreiros perderam esse “direito autoral” que eles decidiram se aliar aos autores, garantindo assim, que com esse apoio iriam ganhar seus direitos e os livreiros retomariam seus privilégios. Engana-se quem pensa que isso mudou com o passar dos anos, hoje em dia quem mais luta pela proteção ao direito autoral não é o autor e sim a indústria que obtém lucro. Essa luta, sem dúvidas, não é movida pelo amor a proteção do autor e sim o amor à proteção dos lucros que esse direito rende. (MARTINS, 2019, p. 43)

Analisando o cenário livreiro do país, os livros digitais não são vistos como uma ameaça, apenas como uma outra forma de produzir livros. Em entrevista com a autora do presente artigo, o livreiro José Luiz Tahan, que atua na área há mais de 32 anos e é fundador do Realejo Livros, além de conduzir o festival internacional de literatura, a Tarrafa Literária, trouxe uma perspectiva mais detalhada sobre o mercado e como as mudanças estão impactando na venda de livros. A entrevista abordou as principais transformações que estão acontecendo no mercado editorial brasileiro em meio às novas tecnologias que estão surgindo.

As mudanças são principalmente em relação à chegada de novas plataformas de mídias sociais, sendo a mais evidente o local que as pessoas estão adquirindo os livros impressos. Além disso, há a diminuição das livrarias de rede e no lugar estão abrindo pequenas livrarias de nicho, que eu acho muito mais divertido para o leitor. Então, a maior transformação se dá pela diminuição dos espaços onde você consome [livros] e a chegada de sites online, sendo a minha maior ameaça no mercado hoje. (TAHAN, novembro de 2023, em entrevista).

Nesse sentido, é possível perceber que os livros digitais não são rivais dos livros físicos, mas agem em conjunto dentro do mercado. A indústria, porém, está sendo afetada de outras formas, por exemplo devido aos avanços das pirataria devido a métodos mais tecnológicos para a reprodução de obras literárias e por causa do *e-commerce*, as vendas online, principal responsável por gerar competitividade no mercado e impactar diretamente na diminuição de livrarias em todo o país. A Amazon apresenta a maior concorrência para o setor hoje. Nas palavras de Tahan: “Ela é agressiva, eu diria até desleal, por causa da aplicação de descontos, os chamados *dumping*.”

Esse método utilizado pela Amazon, o *dumping*, é uma prática comercial que visa vender produtos já consolidados no mercado, mas em um preço abaixo do praticado pelo setor³⁵. Dessa forma, é utilizado para eliminar a concorrência, sendo algo considerado ilegal. Então, as livrarias não conseguem concorrer e acaba sendo uma forma de destruir mercados. Para Tahan, a maior ameaça para o mercado editorial são as práticas comerciais da Amazon, mas, mesmo não vendo os livros digitais como um empecilho para os livros impressos hoje, existe preocupação com a forma que eles são vendidos hoje, já que a Amazon detém grande parte das vendas deste produto.

O e-book não é algo negativo, eu só acho ele inferior ao livro papel como suporte da leitura, mas ele é um produto genuíno no que ele propõe. Mas estamos novamente no universo Amazon, que eu sou desconfiado, ela é a grande vendedora desses produtos também. Ele tem prós, não apenas contra, mas ele não se compara a força do livro impresso, não apresenta a mesma criatividade contida na criação do livro físico e no desenvolvimento desse produto ao longo dos séculos. Eu acho o livro físico muito mais encantador do que o e-book. (TAHAN, novembro de 2023, em entrevista).

³⁵ Disponível em: <

<https://www.sun0.com.br/artigos/dumping/#:~:text=O%20dumping%20%C3%A9%20uma%20pr%C3%A1tica,ingl%C3%AAs%20dump%2C%20que%20significa%20despejar> > Acesso em: 18 de nov. de 2023.

Atualmente, os livros digitais ocupam uma parcela pequena da produção do mercado, mas estão crescendo e ganhando mais destaque a cada ano, principalmente entre os autores independentes. Por enquanto, é cedo para determinar como o cenário irá mudar ao longo dos próximos anos, mas o tema traz reflexões, como: os livros digitais vão superar os livros impressos um dia? Os livros impressos vão deixar de existir devido a tecnologia? Até que ponto os livros digitais serão um benefício para a cultura? Apenas o tempo trará as respostas para estes e outros questionamentos.

6. Análise das reportagens

Para o desenvolvimento deste artigo, a metodologia utilizada foi a Análise Qualitativa Simples, que tem como objetivo estudar o caráter subjetivo da amostra, abordando sobre as ideias e experiências dos personagens envolvidos.

O material selecionado para a pesquisa apresenta formatos distintos. O primeiro é uma reportagem em vídeo, chamada *Estado da Arte - Literatura digital e novos hábitos de leitura*, de 2021, produzida por Gabriel Snak da UFPR TV, disponibilizado na plataforma YouTube³⁶. Enquanto o outro trata-se de um podcast, produzido por Marcia Viana, intitulado *Sevaicast #03 - E-book x Livro físico*, também de 2021, conta com as participações especiais de alguns autores e pode ser encontrado na plataforma Spotify³⁷.

6.1 Reportagem da UFPR TV

O canal UFPR TV pertence à Universidade Federal do Paraná e tem como objetivo trazer notícias, pesquisas e ações culturais que envolvem o meio acadêmico da instituição,

A reportagem tem treze minutos e vinte e quatro segundos de duração. Nos primeiros segundos de vídeo, após a vinheta, é apresentado um dos quadros do canal, intitulado “Estado da Arte”, sendo debatido transformações que estão acontecendo em diferentes áreas do meio artístico devido aos avanços tecnológicos ou a mudanças que estão acontecendo no mundo, no cotidiano das pessoas e nos métodos usados para produzir arte. Dessa forma, o episódio escolhido para análise aborda a “Literatura Digital e novos hábitos de leitura no Brasil”.

Logo no início, o apresentador abre o programa falando: “Na edição de hoje vamos dar um mergulho em algo cada vez mais presente, algo tão comum e corriqueiro como a

³⁶ Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=SOdcBY7J8Uc> >. Acesso em: 28 de set. 2023.

³⁷ Disponível em < <https://open.spotify.com/show/23U3C9A41Wf0jdfF2usYlh6> >. Acesso em: 28 de set. 2023.

leitura de um texto. Um livro no celular, que até já escapa um pouco da nossa atenção.” Assim, é possível perceber o uso de uma linguagem mais informal, mas que chama a atenção do público para saber mais informações sobre o tema. Após a abertura do vídeo, Gabriel Snak se apresenta, embora poderia ter dado mais informações sobre quem ele é, considerando que é um canal do YouTube e, dentro do formato de vídeo produzido na plataforma, é comum trazer uma apresentação mais detalhada ao início dos vídeos. Depois, o apresentador oferece uma explicação breve sobre as fontes que serão entrevistadas durante a reportagem.

Primeiro, somos apresentados a Galeno Amorim, jornalista e escritor do Observatório do Livro e da Leitura, uma organização que visa o incentivo à leitura da sociedade civil. Em seguida, nós conhecemos as próximas fontes, que são um grupo de mestrandos em Estudos Literários na UFPR. Eles promovem o Núcleo de Estudos do Romance, conhecido como NERO. Por fim, é explicado que a reportagem utiliza dados da pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil - 5ª Edição* (2020), desenvolvida pelo Instituto Pró-Livro. A pesquisa é uma referência para entender os hábitos de leitura dos brasileiros e é utilizada para reforçar o tema que está sendo abordado.

No decorrer do vídeo, são utilizados “offs”, locução em cima de imagens. No entanto, as imagens escolhidas para abordar o assunto são, em sua maioria, de bancos de imagens livres, o que é justificável, já que o vídeo foi gravado durante a pandemia de coronavírus. Por outro lado, caso ele tivesse sido gravado fora do período pandêmico, o ideal seria coletar imagens próprias para apresentar melhor sobre o assunto falado e trazer mais credibilidade para a transmissão das informações. Nesse mesmo contexto, as entrevistas com as fontes também poderiam ter sido feitas de forma presencial, mas é compreensível o uso de plataformas de chamadas de vídeo para a realização das entrevistas devido ao momento em que o material foi produzido e era necessário seguir todas as medidas de segurança e isolamento social recomendadas pela Organização Mundial de Saúde (OMS).

Dando continuidade à reportagem, chegamos à primeira entrevista, com o jornalista Galeno Amorim. O jornalista demonstra grande compreensão sobre o assunto e informa que trabalhou durante o desenvolvimento da primeira edição da pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil*. Por isso, é um especialista que entende os hábitos de leitura dos brasileiros e está atualizado sobre as transformações que estão acontecendo no meio literário, seja entre os leitores ou dentro do mercado editorial. Neste caso, a escolha fonte foi ideal para corroborar as informações apresentadas e garantiu que a reportagem ganhasse maior credibilidade,

demonstrando que houve uma preocupação com a escolha das fontes a serem utilizadas para abordar o assunto.

Durante as falas de Amorim, é explicado sobre o cenário atual da leitura no Brasil, mostrando com dados que o público-leitor são pessoas que têm uma escolaridade maior e, em sua maioria, são jovens, como pré-adolescentes e adolescentes. Enquanto pessoas mais velhas, adultos e idosos, não demonstram muitos hábitos de leitura, o que pode ser justificado pela falta de tempo devido à rotina de trabalho e outras preocupações. Por conseguinte, é abordado o peso da leitura digital e a utilização de outros suportes além do livro impresso. Neste momento, é mostrado que sempre existiram outros formatos de bons textos que não são apenas de papel, sendo citado contadores de histórias, cordelistas, lendas folclóricas e outros métodos utilizados na Antiguidade.

Além disso, os dados apresentados durante a reportagem respondem à pergunta-problema do presente artigo e auxiliam na compressão de outras informações apresentadas durante o desenvolvimento desta pesquisa.

Desde o princípio, o programa utiliza uma música calma — *Jazz in Paris*, conforme os créditos na descrição do vídeo —, enquanto está transmitindo o conteúdo, algo que traz um conforto maior para quem está assistindo, embora em alguns momentos tenha quebrado a seriedade do assunto e, portanto, a música poderia ter sido usada com mais cautela em algumas passagens do vídeo. Por exemplo, ao longo da entrevista com o especialista, não havia necessidade de manter a música junto com as falas, sendo algo que atrapalhou durante a transmissão das informações.

Em relação à entrevista com as outras fontes, que são os mestrandos do Núcleo de Estudos do Romance (NERO), grupo promovido pelos professores do curso de Letras da UFPR e que existe desde 2016, mas precisou se adaptar devido à pandemia. Por esse motivo, o grupo começou a utilizar meios eletrônicos de leitura durante os encontros, o que trouxe experiências diferentes a todos. Nesse sentido, os mestrandos participam de encontros temáticos para debater sobre os livros lidos pelos participantes. Em 2021, o NERO teve foco em romances do pós-guerra, como *1984* de George Orwell, *Homem Invisível* de Ralph Ellison e *Lolita* de Vladimir Nabokov. Participaram da entrevista os mestrandos Mariana Okimoto, Luiz Guilherme de Oliveira e Dankar Bertinato.

A entrevista abordou a experiência de leitura utilizando métodos digitais. Os três entrevistados já ministraram cursos livres para outros estudantes fazendo o uso de plataformas digitais, principalmente aplicativos de chamadas em vídeo e, no começo, houve uma demora para se adaptar às novas tecnologias, mas essas alternativas foram necessárias durante a pandemia, quando as pessoas não tinham outras opções para se comunicar. Então, as mídias digitais acabaram desempenhando um papel fundamental neste período. Além disso, é explicado que houve uma boa recepção dos alunos da universidade, tinham pessoas interessadas em participar dos encontros online, dos debates e de discutir literatura, mesmo que apenas através de meios digitais.

A reportagem promove inclusão ao debater com o telespectador formas de tornar os livros e a leitura mais acessíveis para regiões periféricas das grandes metrópoles, que são afastadas dos centros urbanos e, em muitos casos, o público não tem condições financeiras para buscar bibliotecas públicas. Os livros digitais, *e-books*, conseguem suprir essa necessidade. Porém, a transição não acontece de forma rápida e pode ser complicada, já que envolve outras questões, como o poder de compra dessa determinada população, o acesso aos dispositivos digitais e até mesmo a internet. Além disso, é debatido a acessibilidade de *audiobooks* para pessoas com deficiência visual, algo que tem facilitado na inclusão dessa comunidade em meios literários.

Por fim, discute-se sobre existir uma preocupação sempre que surgem novos meios de comunicação. Por exemplo, quando a internet começou a ganhar destaque, acreditava-se que os jornais impressos não seriam mais necessários, mas os jornais ainda existem e se adaptaram às novas tecnologias. O mesmo acontece com os livros, quando surgiu o cinema, a televisão e novos formatos de contar histórias, as pessoas falavam sobre o fim dos livros. Depois, o mesmo aconteceu com a internet e os livros digitais, mas os livros impressos ainda existem e têm demanda do público.

Caso a reportagem não estivesse sendo produzida para uma plataforma online, poderia ter se encerrado na fala do entrevistado. Porém, o apresentador termina com a pergunta: “Você acha que podemos ter mais leitores com os dispositivos digitais?” e pede para que os telespectadores compartilhem as respostas nos comentários, algo bem comum no formato de vídeos produzidos para o YouTube, já que existe uma participação maior do público e é possível trocar mais informações com quem está assistindo.

De modo geral, a reportagem cumpre os critérios defendidos por Nelson Traquina dentro das teorias da comunicação, como Agenda Setting. Afinal, com o conteúdo apresentado é possível criar debates sobre o assunto, refletir sobre os novos métodos de leitura que estão surgindo e entender melhor sobre os hábitos de leitura do público-leitor. Embora tenha sido produzida durante a pandemia, a reportagem não apresenta data de validade e permanece atual, demonstrando que ainda há espaço para discutir sobre o tema e imaginar como deve ser o cenário pensando a longo prazo, será que as pessoas vão estar consumindo livros da mesma forma? Até que ponto a tecnologia consegue acompanhar as necessidades do ser humano? E a própria pergunta deixada pelo apresentador da reportagem abre um leque de possibilidades dentro da discussão. Assim, a reportagem desempenha o papel jornalístico de trazer importância para o assunto e mostrar para os telespectadores, principalmente para o público do vídeo, que é possível analisar criticamente algo banal, que passa despercebido, por estar intrinsecamente ligado ao cotidiano.

Quanto aos critérios de noticiabilidade, conforme apresenta a teoria do *newsmaking*, a reportagem mantém a proposta do veículo, que é abordar ações culturais que envolvem o meio acadêmico, em especial a Universidade Federal do Paraná. Então, cumpre-se o que é proposto, de forma imparcial, trazendo fontes que corroboram com o que está falado e apresenta objetividade no assunto, sem desviar do tema. Ademais, demonstra estar seguindo as normas da ética jornalística, pois transmite informações que público precisa saber, neste caso focando no meio acadêmico. Apesar disso, poderia ter apresentado mais dados para comprovar as informações que estão sendo faladas — no caso dos hábitos de leitura — e, como trata-se de hábitos de leitura do público, poderia ter dado voz aos leitores também, não apenas a especialistas.

6.2 Podcast produzido pela Sevaicast

O *Sevaicast* é um podcast produzido para a Semana Virtual dos Autores Independentes, que acontece anualmente e tem como objetivo promover debates, bate-papos e encontros com escritores para apresentar temas relacionados ao mercado editorial, produção literária e lançamento de novas obras. O evento acontece de forma gratuita e teve sua primeira edição em 2020, quando reuniu diversos autores durante a pandemia de coronavírus (Boletim do Sertão, 2021)³⁸

³⁸ Disponível em: <
<https://www.boletimdosertao.com.br/sevai-20s21-2a-edicao-do-evento-que-reune-autores-independentes-para-conversar-sobre-literatura/>> Acesso em: 20 de nov. 2023.

O programa analisado neste artigo é o *Sevaicast #03 - E-book x Livro Físico*, produzido em janeiro de 2021 e apresentado por Marcia Viana, o conteúdo pode ser encontrado na plataforma Spotify. Conforme a descrição do podcast, o episódio apresenta um bate-papo dinâmico com as autoras Aretha V. Guedes, Ana Costa e Cintia Henriques junto com o autor André Barroso, além de abordar as publicações digitais e físicas nos dias de hoje — no caso referindo-se ao período em que foi produzido.

Ao todo, o podcast tem uma hora e quatorze minutos (1h 14 min). A partir dos primeiros segundos, o programa é apresentado por Marcia, que aborda proposta do programa e do que se trata o evento:

Bem-vindos à primeira Semana Virtual de Autores Independentes. Sevai chegou para trazer protagonismo a autores independentes, que hoje contam com pouco espaço dentro do mundo literário, que lutam não apenas para escrever o seu livro, mas estão a frente de todo o processo de produção e divulgação de seu trabalho, que contam somente com o auxílio de blogs e instagrams literários para atingir seu público-leitor. Sevai quer dar voz a esses autores.

Logo em seguida, os convidados são apresentados, apenas por nome, e questionados sobre o que eles acharam de receber o convite para participar do bate-papo. Todos demonstraram ser favoráveis à iniciativa, expressando estarem contentes pelos autores independentes terem esse espaço para abordar o trabalho deles e receber mais visibilidade dentro do mercado literário. No entanto, a apresentação do trabalho deles acontece depois disso, algo que poderia ter sido feito de uma vez só. A forma que os autores são questionados também incomoda, pois se assemelha a uma chamada escolar, falando o nome completo deles antes de cada pergunta, algo que poderia ter sido feito de maneira mais dinâmica, dando mais liberdade para eles se expressarem e falarem no momento em que desejam, não apenas quando são chamados para entrar na conversa.

Em seguida, começa a ser abordado o tema de debate do programa e a apresentadora abre espaço para falar sobre os livros digitais. Logo no início, é dito que os livros digitais são recursos recentes, novos, o que não é verdade. Como vimos ao longo desta pesquisa, os livros digitais estão presentes há mais de vinte anos na sociedade, o que mudou foi que a tecnologia evoluiu ao longo dos anos e o acesso das pessoas a esses suportes para a leitura, em especial durante a pandemia, quando o programa foi ao ar. Por isso, houve uma falta de dados que

comproven os fatos sendo falados dentro do programa, precisava de um cuidado maior na apuração das informações que foram faladas ao público ouvinte.

Os convidados afirmam, em vários momentos, que os livros digitais — e-books, principalmente — estão substituindo o livro físico como suporte da leitura e que, no futuro, veremos mais livros digitais do que livros impressos no mercado. Mais uma vez a falta de dados comprobatórios descredibiliza a informação. Não são apresentadas fontes confiáveis para o que está sendo dito, sendo que existem pesquisas na internet, por exemplo o levantamento feito pela Nielsen BookData *Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro* que apresenta informações relevantes que poderiam ter sido utilizadas durante o programa. Nesse sentido, o podcast abordou sobre o tema baseado em opiniões e achismos dos participantes. Considerando o formato midiático, não está de todo errado, mas levando em conta que um podcast também desempenha um papel jornalístico, a falta de informações mais precisas demonstra falta cuidado para apresentar o tema.

Durante a conversa, os livros impressos também são parte do debate, assim como editoras tradicionais, mas os pontos negativos de ambos são evidenciados tanto pelos convidados quanto pela apresentadora. Na ética jornalística, essa conduta pode ser considerada errada, já que não há imparcialidade por parte de quem está conduzindo a conversa. Embora o podcast tenha como objetivo trazer informações mais opinativas, ele ainda apresenta a função jornalística de informar a massa e espera-se que siga os critérios de noticiabilidade que compõem a teoria do newsmaking, como objetividade, imparcialidade e veracidade.

No decorrer do programa, os convidados demonstram apoiar o sistema de venda utilizado pela Amazon, principalmente por ele ser mais lucrativo do que uma editora tradicional hoje. Neste caso, são autores independentes que estão abordando o assunto e as dificuldades de publicação tradicional no país estão presentes no cotidiano deles, o que torna as afirmações justificáveis. Porém, em alguns momentos, as críticas desfavoráveis contra as editoras prevalecem, algo que pode ser considerado um aspecto negativo do programa.

Por isso, ao escolher as fontes, o programa poderia ter pensado em trazer outros profissionais do meio literário. Apesar da proposta ser dar voz a autores independentes, existem outras pessoas que compõem essa comunidade e o debate acaba trazendo apenas um ponto de vista acerca do assunto. Portanto, as informações estão vinculadas ao nicho “autores

independentes”, logo favorece a eles nem sempre é o ideal dentro do mercado e, assim, os livros digitais recebem uma atenção maior, são vistos como um produto mais positivo. Nesse sentido, faltou uma diversidade maior de fontes para proporcionar um debate mais equilibrado sobre o tema.

O programa não demonstra muito cuidado com sons externos, é possível ouvir vazamento de ruídos — notificações de mensagens de textos, trânsito, passos e outros barulhos identificados ao longo da Análise —, que podem atrapalhar o entendimento de quem está ouvindo.

Na metade do podcast, é abordada a Lei 9.610/98, que diz respeito à questão de direitos autorais. Os autores independentes enfrentam um grande problema relacionado à reprodução indevida dos livros deles. As obras são disponibilizadas em plataformas online e distribuídas de forma ilegal, o que dificulta ainda mais o trabalho desses autores, principalmente quando os leitores estão se beneficiando desses métodos criminosos para consumir o material. Nesta etapa do programa, é abordada a conscientização do problema, sendo um aspecto positivo para as informações que estão sendo transmitidas.

Apesar dos problemas apontados, o podcast cumpre a função de informar o público ouvinte e trazer informações pertinentes para outros autores independentes que estão buscando conhecer mais a profissão e o mercado, enquanto outros públicos ligados ao meio literário podem acabar discordando de algumas falas dos convidados, o que é esperado, tendo em vista que a abordagem do programa é voltada para um público específico. Entretanto, existe o debate acerca do tema, fazendo com que haja a reflexão necessária sobre os livros digitais e físicos no cenário brasileiro, demonstrando de forma clara todas as mudanças que o mercado está enfrentando devido aos avanços tecnológicos, sobretudo após o período pandêmico. Assim, podemos concluir que, embora com falhas, o programa cumpre a função jornalística de informar a população.

7. Considerações finais

No término da presente pesquisa, observamos que as transformações no mercado editorial brasileiro, sobretudo as produções e vendas de livros, são inevitáveis e devem continuar acontecendo enquanto nós, como sociedade, continuarmos evoluindo. Dessa forma, as mudanças não devem ser encaradas como algo negativo, mas como parte da história dos livros, que já vêm sendo modificados e aprimorados ao longo dos anos.

Os livros impressos devem continuar sendo o principal suporte da leitura nos próximos anos, mas a pesquisa conclui que há espaço no mercado para a chegada de novos métodos de leitura, como é o caso dos livros digitais. Por enquanto, ainda não é possível definir como as evoluções tecnológicas irão modificar a forma que as pessoas consomem livros nas próximas décadas. Entretanto, assim como o rádio, televisão e diversos outros meios de comunicação e entretenimento, os livros não devem ser superados com tanta facilidade e devem continuar desempenhando seu papel fundamental para a sociedade.

Além disso, as transformações no mercado editorial acontecem por fatores externos que não podem ser previstos, mas é possível estudá-los ao longo dos anos. Por exemplo, os hábitos de leitura do público, que se comporta diferente a cada geração e acompanham as mudanças da sociedade. Podemos citar também que, parte das mudanças, acontecem devido a situação atual do Brasil, já que questões socioeconômicas e culturais podem modificar a forma que a população consome produtos, em especial a mídia.

Por conseguinte, a tecnologia desempenha um papel positivo para a sociedade, podendo ser citadas questões de acessibilidade, movimentação maior no mercado e aumento no índice de leitura do país, principalmente após o período da pandemia, com o crescimento do consumo de redes sociais, que demonstram ser fundamentais para o impulsionamento da leitura no país, venda de livros independentes e auxiliam na divulgação das obras, sendo o fator que mais está transformando o mercado literário na forma que conhecemos hoje.

Portanto, a evolução precisa continuar acontecendo. Os livros estão intrínsecos na sociedade e devem acompanhar as mudanças para manter sua relevância perante a sociedade. As pessoas, por sua vez, devem preservar o livro como suporte da leitura, mesmo que ele não seja mais de papel e esteja limitado a uma tela digital. Assim, a história irá continuar por mais alguns anos, mas a pergunta que fica é: até que ponto os livros vão conseguir acompanhar a tecnologia? Será que um dia serão superados pelos meios digitais de comunicação? Enquanto não conseguimos respostas para estas perguntas, podemos apenas refletir e, quem sabe, lutar para que isso um dia não aconteça. Não há nada que supere a experiência de abrir um livro e se aventurar por suas páginas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CASSON, Lionel. Bibliotecas do Mundo Antigo. São Paulo: Vestígio, 2018.
- CARRIÈRE, J.; ECO, U. Não contem com o fim do livro. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- FEBVRE, L.; MARTIN, H.J. O Aparecimento do Livro. São Paulo: Editora Unesp, 2017.
- FISCHER, Steven Roger. História da Escrita. São Paulo: Editora Unesp, 2007.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Vozes, 2001.
- TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2005
- WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. 5 ed. Lisboa: Presença, 1999.
- KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. Revista *Communicare*, 2016, p. 46-61. Disponível em: <
https://www.researchgate.net/profile/Issaaf-Karhawi-2/publication/341983923_Influenciadores_digitaais_conceitos_e_praticas_em_discussao/links/5edc396245851529453facb9/Influenciadores-digitais-conceitos-e-praticas-em-discussao.pdf>. Acesso em: 12 de novembro de 2023.
- MARTINS, Nájila Dos Santos Oliveira. Pirataria Moderna e a Distribuição de Livros Online de Forma Gratuita. Repositório Universidade Federal do Ceará (UFC), 2019. Disponível em: <
https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/49319/1/2019_tcc_nsomartins.pdf>. Acesso em: 12 de novembro de 2023.
- MEDEIROS, Juliana; VIEIRA, Francisco Giovanni David; NOGAMI, Vitor Koki da Costa. A construção do Mercado Editorial eletrônico no Brasil por meio de práticas de Marketing. RAM, REV. ADM. MACKENZIE, 2013. Disponível em: <
<https://www.scielo.br/j/ram/a/qdjKttz4Mv5JppiJPPrT7cg/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 12 de novembro de 2023.
- MIRANDA, Fabiana Mões. Fandom: um novo sistema literário digital. Hipertextus - Revista Digital, 2009. Disponível em: <
<http://arquivohipertextus.epizy.com/volume3/Fabiana-Moes-MIRANDA.pdf?i=1>>. Acesso em: 12 de novembro de 2023.
- REIMÃO, Sandra. Estudos sobre produção editorial e história dos livros no Brasil: algumas observações. *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 42, p. 83-93, 2o. sem. 2004. Disponível em: <URL>. Acesso em: 12 de novembro de 2023.
- WISCHENBART, Rüdiger; BUENO, Mariana; CARRENHO Carlo; FLEISCHHACKER, Michaela Anna. “How big is global publishing?”. Book Map, Cultural Transfers, 2017. Disponível em: <
https://masterenediccion.com/wp-content/uploads/2017/11/BookMap_How-big-is-global-publishing_pr-el-edition_final01.pdf>. Acesso em: 20 de novembro de 2023.