



Literatura Infanto-Juvenil: Como Ganhar Espaço Que É Dominado Pela Literatura Adulta¹

Ana PAZ²

Sheilla REIS³

Raquel CANTARELLI⁴

Universidade Católica de Brasília, DF

RESUMO

Neste artigo, procurou-se descobrir o motivo que está levando os livros infanto-juvenis a perderem espaço para os livros adultos, no mercado editorial. Para tanto, foi realizada uma pesquisa quantitativa de caráter exploratório, via internet, com um universo de pouco mais de 100 leitores de todo o Brasil, direcionada a pré-adolescentes e adolescentes entre nove e 17 anos. Com ela procurou-se descobrir qual o estilo de livro que os agradam, o que já leram; o que gostariam de ler e onde tem acesso a esses livros. Assim, foi percebido que hoje o jovem lê mais que décadas atrás, e se vê a construção de um cenário que valoriza uma literatura cinematográfica. Percebe-se também, que está surgindo um novo estilo de leitor, um leitor que, muitas vezes, não consegue identificar qual é realmente o estilo ou gênero que lhe agrada. Um leitor que lê por entretenimento.

PALAVRAS-CHAVE: literatura; literatura infanto-juvenil; leitor; mercado.

INTRODUÇÃO

Observamos que na Sociedade Complexa, o público que consome literatura infanto-juvenil ultimamente tem buscado cada vez mais obras da literatura adulta, que

¹ Trabalho apresentado IJ – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 08 a 10 de maio de 2014.

² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo na Universidade Católica de Brasília. E-mail: anampaz.ribeiro@gmail.com

³ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda na Universidade Católica de Brasília. E-mail: sheillareis.design@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Católica de Brasília. E-mail: raquelcantarelli@gmail.com



nem sempre são apropriados para a sua faixa etária. Assim, procuramos descobrir porque os livros infanto-juvenis podem estar perdendo espaço no mercado para a literatura adulta. Se há falta de interesse do público que deveria consumir esse produto, porque isso acontece?

Ao observarmos que pode ser intrigante o fato de que o público dos livros infanto-juvenis se interessarem mais pelos livros adultos, surgiu a ideia inicial da pesquisa, que foi reforçada por três episódios instigantes: o primeiro foi presenciado no evento Secomunica⁵ de 2012, da Universidade Católica de Brasília, onde a palestrante Dad Squarisi, escritora de livros infantis, declarou que ao levar obras infanto-juvenis para um grupinho de leitura de meninos entre 8 e de 10 anos de idade, percebeu que os mesmos já tinham escolhido o que iriam ler: a saga Crepúsculo, um livro que não corresponde a essa exata faixa etária. O outro episódio deu-se com a irmã mais nova de Sheilla Reis, então com 17 anos, que diz não se interessar por livros infanto-juvenis por achá-los finos e ficar com vergonha de lê-los. E por último, nossa colega Ana Paz quando se depara com uma adolescente de aproximadamente 13 anos lendo o livro erótico “50 Tons de Cinza”.

Estes foram os episódios que desencadearam as perguntas fundamentais para o desenvolvimento dos objetivos de nosso trabalho, que é retratar a problemática da disputa de espaço que a literatura infanto-juvenil enfrenta, em um contexto que apresenta o seu público interessado em literatura adulta.

Para entender este cenário, aplicamos uma pesquisa quantitativa de caráter exploratório via internet, com um universo de pouco mais de 100 leitores de todo o Brasil, direcionada a pré-adolescentes e adolescentes de nove a 17 anos. Com ela, buscou-se descobrir qual o estilo de livro que os agradam; o que já leram; o que gostariam de ler e onde tem acesso a esses livros. Outro questionário, qualitativo, envolveu o principal ponto de acesso a literatura: as livrarias, fundamental local de procura por livros de acordo com resultados da pesquisa qualitativa aplicada, citada acima. Nas livrarias, procuramos saber sobre a disposição e a estética dos livros nas estantes, se existe alguma diferença de destaque na organização dos livros infanto-juvenis em comparação com os adultos. E se esse fator tem influência no consumo de determinado produto. Além de tentar confirmar essa hipótese com base nas Teorias da Escola de Frankfurt, destacando a Indústria Cultural.

⁵Secomunica é Semana do Curso de Comunicação. Um evento do curso de Comunicação Social da Universidade Católica de Brasília, que se realiza em setembro de cada ano.



O trabalho se justifica por contextualizar a realidade de interesse de consumo do público infanto-juvenil em contraste com o que está sendo oferecido pelo mercado. É relevante destacar que a literatura destinada a esse público pode não estar suprimindo os desejos e as necessidades que são próprias dessa faixa etária, sendo oportuno introduzir essa discussão na sociedade de consumo, para que o assunto seja mais bem esclarecido em ambas as partes. E assim, desperte no mercado a preocupação de tentar produzir uma literatura que agrade o público infanto-juvenil, que possua características de uma literatura adulta, mas que respeitem as limitações dessa faixa etária.

A LITERATURA INFANTO-JUVENIL NA DÉCADA PASSADA E NO TEMPO PRESENTE

Muito diferente do que é hoje, a literatura infanto-juvenil da década passada sofreu mudanças significativas em relação à atual, que exige a cada dia um novo olhar sobre o que é esse gênero literário tão pouco estudado por seu conteúdo pouco delimitado e definido. A produção deste gênero de livros só veio se consolidar no Brasil décadas atrás, depois que os livros didáticos foram adotados nas escolas. Muitas editoras trabalhavam exclusivamente com esses livros. Com o desenvolvimento da produção em alta escala dos livros didáticos, muitos escritores passaram a escrever livros infanto-juvenis, que passaram a ser ofertados como "paradidáticos", o que trouxe um pouco mais de interesse dos estudantes, principalmente, os que eram apresentados com muito colorido e cheios de imagens. Porém, até este momento “não era possível um escritor viver da venda de suas obras” (BIASIOLI, 2007) mostrando que o mercado não era tão evoluído como hoje.

Desse modo, antes dessa distribuição elevada de livros, sempre com a ajuda do Estado ou “o Distribuidor de Livros e Agenciador de Leitores” (LAJOLO, 1986), as editoras trabalhavam para o público escolar brasileiro, que tinham acesso aos livros exclusivamente pela escola. Esta se fugisse do Estado, cairia “nas malhas da indústria editorial” (LAJOLO, 1986). Igualmente, o consumo dos livros infanto-juvenis só se fortaleceu com o auxílio direto das instituições de ensino sob o poder do Estado, este que sempre influenciou o povo com os valores que achava de direito, usando principalmente do livro. Portanto, os livros infanto-juvenis eram escritos com caráter educacional, mas sempre expressando a história da época. De acordo com Khéde, “os



gêneros evidenciarão sempre os traços constitutivos da sociedade da qual fazem parte e apontarão para as ideologias provenientes dos conflitos históricos.” (1986, p. 09).

Por conseguinte, os livros de épocas atrás retrataram uma história concernente a que se apresentava no Brasil, pois as escolas não tinham muito acesso à literatura infanto-juvenil estrangeira, algo que tentou ser instaurando no Brasil por volta dos anos sessenta pela Editora Brasiliense, que adotou um novo perfil com a série *Jovens do Mundo Todo*, com livros internacionais. Porém, esse “internacionalismo durou pouco. Liquidou-o a Lei das Diretrizes de Base, que entre polêmicas sobre o ensino público e privado, educação religiosa e leiga, foi aprovado em 1961, marcando a educação brasileira com traços fortes de nacionalismo.” (LAJOLO, 1986, p.50).

Assim, todas as obras dessa série tiveram uma mudança enorme, adotando cenários estritamente brasileiros, contrariando então com seu tema: *Jovens do Mundo Todo*. Deste modo, todas as obras de consumo do público infanto-juvenil tinham as características da história brasileira. Além disso, muitos autores brasileiros buscavam junto do governo ter “livre trânsito na rede escolar brasileira” como diz LAJOLO, para a publicação de seus livros. Significativamente diferente de hoje, onde os livros, apesar de adotarem o mesmo gosto de décadas atrás por gêneros de aventura, policial e fantasia, os livros que retrataram mais a história brasileira ficaram para trás, se tornando praticamente clássicos.

Os livros que agradam o público infanto-juvenil atual são muito mais estrangeiros, algo observado através da pesquisa por nós realizada, eles são especialmente *best-sellers*, com histórias muito mais do gênero fantasia do que histórico e educacional, sendo em sua maioria puramente de entretenimento para crianças e adolescentes. Dentre os livros brasileiros atuais, muitos também entraram para este “reino” dos *best-sellers*, possuindo as mesmas características que um livro estrangeiro pode ter agora. Desse modo, pode-se levantar o seguinte questionamento: sobre o tipo de contexto histórico existente atualmente na literatura pós-moderna, e se esse contexto está presente nos livros. A globalização desse conteúdo existe, de certa forma.

Diferente de hoje, onde não cabe mais a escola o primordial o papel de indicação de livros, apesar dos leitores terem ainda mais acesso a eles através dela. Também, hoje os jovens buscam os livros na internet, onde há muitas resenhas, *blogs* e *vlogs* falando somente de livros e adquirem; compram nas livrarias ou sebos; vão à biblioteca da



escola ou pública; pegam emprestados de amigos, pais, irmãos etc.; mostrando que hoje o público vai atrás do que interessa.

AS INFLUÊNCIAS DO MERCADO DA LITERATURA INFANTO-JUVENIL

Percebe-se cada vez mais a explosão dos *best-sellers*, nas prateleiras de livrarias, na internet, no cinema e no mercado da literatura em geral. Livros com conteúdo muitas vezes supérfluos são cada vez mais rentáveis para as editoras, e os lançamentos estão cada vez mais parecidos em questão de conteúdo, gênero e até de formato, como as capas. Segundo as teorias de Adorno e Horkheimer (1947), isso é reflexo da Indústria Cultural, que aglomera e harmoniza diferentes setores culturais (filme, rádio, livros, entre outros), ou seja, é aquilo que está sendo oferecido como novo, mas nada mais é do que a representação da mesma coisa de forma diferente, de algo que é sempre igual.

Nesse sistema de indústria cultural, no processo de construção de um produto, os elementos são muito bem integrados para uma produção em série. Cada dado é bem pensado, para que nada saia da estrutura de um *best-seller*. Por isso é cada vez mais comum à adaptação de livros *best-sellers* em filmes com bilheterias milionárias. De acordo os autores,

O sempre igual ainda regula a relação com o passado. A novidade do estágio da cultura de massa em face do liberalismo tardio está na exclusão do novo. A máquina gira em torno do seu próprio eixo. Chegando ao ponto de determinar o consumo, afasta como risco inútil aquilo que ainda não foi experimentado. Os cineastas consideram com suspeita todo manuscrito atrás do qual não encontrem um tranquilizante *best-seller*. (ADORNO E HORKHEIMER, 1947).

Nesse sentido é notável a expressão deste tipo de produção nos novos leitores, ou seja, a transformação dos livros em entretenimento audiovisual. Estes estabeleceram e romperam com a antiga relação de leitura que sempre fora associada às atividades obrigatórias, constituída pela dinâmica dos livros paradidáticos sempre indicados pela escola. Assim, compreende-se que na juventude atual existe uma característica, que é normal em um adolescente: a tentativa de ter independência e explorar suas curiosidades por si só. Isso faz com que hoje os mesmos vão atrás, (ou mesmo nem precisam, pois tudo vem até eles) do que desejam ler.



Hoje é muito perceptível que o mercado editorial da literatura infanto-juvenil vem se beneficiando das novas estratégias de divulgação das obras. Uma das mais rentáveis hoje são as adaptações cinematográficas. As versões filmadas aumentaram a visibilidade de obras importantes para esse mercado, fazendo também com que muitos livros clássicos fossem procurados por adolescentes, algo observado através de nossa pesquisa qualitativa em livrarias do Distrito Federal, livros que muitas vezes eles nem sabem que é literatura obrigatória da escola. Em relação aos livros que foram adaptados no cinema, os primeiros foram obras infanto-juvenis, como *O Senhor dos Anéis* e *Harry Potter*, que fez muito sucesso. Além disso, trouxeram um “boom” para o gênero desses livros, ainda mais com ajuda vinda da “grande influência da mídia no processo de vendagem dos volumes” criando “no leitor, uma grande expectativa a cada novo volume que é lançado, bem como a cada lançamento da série no cinema”. (BIASIOLO, 2007) A partir daí, as séries e sagas de livros se tornaram febre não só no Brasil, mas em todo mundo.

Apesar de esse fato ter estreitado as relações entre os jovens leitores a literatura infanto-juvenil, é de extrema importância que o mercado editorial não se afaste das pesquisas de público, pois o gosto dele muda rapidamente. Não só para oferecer ao público o que eles realmente estão buscando consumir, mas também para apresentar a ele um conteúdo literário o qual acrescenta informações importantes, como os mais antigos, onde envolvia mais conteúdos educacionais, e não apenas mais uma cópia de algum *best-seller* que alcançou grande abrangência.

Mas é importante também destacar o papel da mídia no incentivo a leitura hoje, que apesar a ascensão do marketing editorial, este ainda deixa a desejar. Afinal, em um universo que atinge tantas pessoas no Brasil, ainda fica clara a falta de espaço que esse tipo de literatura tem. Pois para a expansão e um aumento de incentivo a leitura, é necessário que pesquisas de público sejam mais incisivas e decisivas para o sucesso do crescimento da literatura infanto-juvenil. Em vários veículos de comunicação, muito pouca atenção é dada ao assunto.

Se considerarmos revistas semanais de grande tiragem, como *Veja*, *Isto é* e *Época* ou, para ficar circunscrito ao contexto específico paulista, se nos ocuparmos dos cadernos de cultura de jornais como *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*, verificaremos que não há absolutamente colunas que, de forma sistemática e com periodicidade regular, se dediquem à crítica das obras infanto-juvenis lançadas no mercado. Quando muito, nos suplementos infantis ou juvenis desses jornais, ocorre a divulgação dos lançamentos de obras, acompanhada



vez por outra por um ou outro comentário breve da equipe de redação ou dos próprios leitores. Para além dessas publicações, talvez se pudesse lembrar quando muito as curtas resenhas de obras infanto-juvenis em alguma revista feminina, como *Cláudia*, ou nas poucas revistas de grande Terra roxa e outras terras – *Revista de Estudos Literários* circulação voltadas explicitamente ao professor de Ensino Fundamental, como *Nova Escola*. (CECCANTINI, 2004, p. 34)

Assim, o mercado atual tem de trabalhar de forma com que chame a atenção desse público, para os livros que foram feitos para eles, valorizando o que eles desejam. Infelizmente, temos observado, principalmente através de nossa pesquisa e pelos episódios citados na introdução, que muito dos livros divulgados pela mídia, que são de gênero adulto, tem atingido o público infanto-juvenil. E este público, bombardeado pela mídia, não chega a conhecer a quantidade grande de livros bons lançados para sua faixa etária, pois hoje se dá muita importância para os livros estrangeiros, *best-sellers*, sagas e séries, que se tornaram obras cinematográficas, trazendo um grande retorno financeiro. Portanto, esse público precisa saber que tem muito do que procurar na literatura para sanar seus anseios e dúvidas. Com a mídia procurando fazer isso, a partir desse momento, os conteúdos e conceitos serão direcionados a solucionar essas pendências e a literatura infanto-juvenil será muito mais atraente. Como diz Bruna Biansoli, “Com tantas facilidades de acesso ao livro, bem como a diversidade de obras infanto-juvenis como temos hoje, chega a ser um desperdício a não-adesão das crianças e dos jovens ao mundo das letras” (BIANSOLI, 2007), que condizem com sua faixa etária.

LITERATURA INFANTO-JUVENIL x ADULTA: DIFERENÇAS OU SEMELHANÇAS?

Depois de todo esse cenário da história do gênero infanto-juvenil e do mercado atual, trataremos sobre o que trouxe nosso questionamento inicial: qual o motivo que está levando o público que consome literatura infanto-juvenil, buscar, muitas vezes, a literatura adulta. Percebe-se que muitos livros que são considerados adultos são apenas clássicos brasileiros ou estrangeiros. E estão sendo vendidos com essa nova forma de divulgação das editoras, que são em sua maioria *best-sellers*, pois tem as mesmas características estéticas de livros que hoje o público infanto-juvenil lê.



De acordo com nossa pesquisa⁶ realizada entre pré-adolescentes e adolescentes de nove a 17 anos de idade de todo o Brasil, via internet, com um universo de pouco mais de 100 questionados, lembrando que a mesma é de caráter exploratório, vimos que a maioria dos leitores que tem acesso a internet hoje são os jovens de 15 a 17 anos. Estes, seguidos pelos de 12 a 14 e depois pelos de nove a 12 anos. De todos eles, somente 11% dizem gostarem de ler só quando necessário, apesar de termos observado que muitos deles, mesmo dizendo não gostar de ler, leem de 1 a 2 livros no mês. É possível que essa leitura seja a indicada pela escola para atividades realizadas em sala, pois em sua maioria são livros pegos na biblioteca escolar. A respeito da quantidade média de livros que leem por mês, 39% diz ler de 1 a 2 livros, seguido de 32% que lê em média de 3 a 5. E uma minoria que lê de 9 a 10 livros, é menor do que aqueles que não leem nenhum, constando um total de 5%. Desse modo, vemos que o público leitor atual ainda pode ser pequeno, mas lê mais do que antigamente. Acreditamos que isso acontece porque a leitura hoje é muito mais de entretenimento, pois existem variados artefatos que chamam atenção do adolescente para ler mais constantemente do que antigamente, onde “todas essas obras eram, em regra, dedicavam-se, como dito, a uma leitura pedagogizada”. (TEIXEIRA, 2011).

No tocante aos locais onde os adolescentes procuram obras que possuem literatura para o público adulto, observamos que os adolescentes compra-nos em livrarias, com um percentual de 27%. Local que ficou à frente da biblioteca da escola (22%) e dos amigos (21%). Depois disso, o percentual reduz significativamente quando do acesso a livros com biblioteca pública e internet (8% cada local); pais, irmãos e professores (5% para cada um). Tendo em vista os resultados encontrados, podemos entender o porquê muitas escolas já abrem espaços não só para obras indicadas pelo governo, que estejam nas prateleiras da biblioteca, mas usa de meios para comprar lançamentos das livrarias para os alunos, algo que foi presenciado na antiga escola de Ensino Médio de nossa colega Sheilla Reis, onde o dinheiro arrecado das multas de atrasado na devolução de livros na biblioteca, era usado na compra de obras recém-lançadas no mercado.

Vimos que essa “revolução” no mundo da leitura no público jovem se deu principalmente depois do lançamento das sagas *Harry Potter* e *O Senhor dos Anéis*.

⁶Ainda se pode ter acesso à pesquisa aplicada, disponível em:
<https://docs.google.com/forms/d/12zL4bMU8qKg9d9g-04jjTr-nRsAEvxFYepoWDjhsH_A/viewform>
Caso deseje ver o resultado da pesquisa, clique no final em enviar.



Depois dessas, a maioria dos livros lançados no mercado hoje são sagas, séries ou *best-sellers*, que podem trazer um entretenimento duplo quando a obra é adaptada no cinema. Deste modo, de acordo com nossa pesquisa, de todos os entrevistados 76% assumem ter lido alguma saga, para 24% que diz nunca ter lido. Mas estes últimos manifestaram no questionário terem lido livros de sagas quando questionados sobre o último livro que leram, ou querem ler.

Nesse ponto, entra a literatura adulta. Praticamente todas as sagas hoje são produzidas com características muito parecidas: as capas normalmente são escuras, com fotografias ao invés de ilustrações e normalmente, com aspecto “cinematográfico”. Assim, livros ou mesmo sagas adultos podem facilmente ser confundidos com livros para adolescentes mais jovens. Isso pode ser visto em nossa pesquisa: em uma ordem que fizemos dos livros mais citados, a Trilogia *50 Tons de Cinza* está em 9º lugar! É verdade que ainda é confirmado, de acordo com a pesquisa, que a maioria dos adolescentes de hoje ainda leem e gostam de literatura infanto-juvenil (75% os questionados disseram gostar desse gênero), mas o gostar não significa que só leem esse gênero. Muitos leem livros adultos achando que são infanto-juvenis.

Além disso, 29% dos pesquisados dizem preferir a literatura adulta, falando que esta tem conteúdo mais sério, é mais complexa, mais realista, polêmica e formal. Ademais, um dos leitores disse que os romances preferidos só são voltados para o público adulto, o que confirma o gênero mais preferido na nossa pesquisa. Então, o conteúdo de livros adultos acaba possuindo características que os jovens leitores buscam hoje, e o livro infanto-juvenil, muitas vezes “tende a ser muito infantil e cansativa”, como disse um dos leitores. De acordo com Ceccantini (2004:21),

O conceito de infância, que gera condições de produção, muda de forma substancial; da mesma maneira, pode ser radicalmente diferente do modo como os textos são lidos, tanto por públicos primários o secundários quanto por públicos de especialistas ou leigos. (CECCANTINI 2004, p.21).

Analisando os livros citados pela pesquisa, vimos que, apesar de alguns deles serem infanto-juvenis, outros tem um gênero em que não podemos classificar como adulto ou infanto-juvenil, (deixando de fora a saga *50 Tons de Cinza* e o livro *Belo Desastre*). São livros principalmente estrangeiros, com características estéticas muito parecidas (capa, espessura ou número de páginas, divulgação), e *best-sellers*. Além



disso, são livros que tanto adultos como adolescentes gostam de ler. Observando esse gosto por livros que agradam tanto adultos como adolescentes e que não se classifica como livro adulto ou infanto-juvenil, chegamos à descoberta de um novo gênero que, já instaurado nos Estados Unidos, e que começa a avançar sobre o Brasil atraindo todos esses “jovens e velhos” leitores. Se trata do gênero YA (*Yang Adult*, ou Jovem Adulto no português). Este que é composto dessa onda de livros mais vendidos, e que agrada a um vasto público. Segundo a YALSA (*The Young Adult Library Services Association*), esse gênero abrange a faixa etária de 15 a 29, apesar de alguns dizerem que é de 14 a 21 anos.

Com essa descoberta, encontramos uma possível resposta para nossas questões do porquê o público infanto-juvenil se interessa por livros adultos: estes livros se incluem nesse novo gênero, que apesar de ainda pouco inexplorado no Brasil, a Editora Record tomou a frente e criou um selo só para esse novo público. O que chama atenção, é que a própria editora chama os livros desse gênero de juvenis e infanto-juvenis, como se vê:

Na Galera Record, você encontra títulos juvenis e infanto-juvenis — aventura, fantasia e aquela história que você nunca vai esquecer sobre o primeiro beijo. A Galera, novo selo do Grupo Editorial Record, já nasce crescidinha e é o ponto de encontro dos livros adultos e Young Adult dos seus autores favoritos. Literatura pop sem fronteiras ou conceitos preestabelecidos, o catálogo da Galera reúne romances contemporâneos, quadrinhos, humor e um pouco de tudo do que você mais gosta. (RECORD, 2013)

Não é o nosso caso aqui falar acerca desse novo gênero, já que é algo novo no Brasil, mas se torna um tema de grande importância para estudo posteriormente, para quem achar de interesse. Enquanto isso, o mercado literário atual pode trabalhar publicando livros infanto-juvenis, com características de uma literatura adulta, que agrade e satisfaça as vontades desse público, para que o mesmo não vá atrás do que não foi produzido para eles sem entender porque faz isso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir de observações realizadas em nossa pesquisa exploratória, percebe-se que é importante o estudo desse público mutável, que segue o curso de décadas e anos



que passam se transformando, assim como o mercado capitalista atual causa mudanças na sociedade como um todo. Nos parece que a falta de interesse à leitura nos dias de hoje é problema menos presente hoje do que há uma década. Em décadas passadas, a escola desempenhou o papel de incentivo à leitura, mas muitas vezes as indicações oferecidas pelas instituições escolares não eram a melhor forma de incentivo, pois muitos deixavam de ler pelo caráter obrigatório que a leitura acabava apresentando e ainda apresenta: jovens não gostam de ler livros que os professores indicam, pois tudo parece ter uma “cara” didática e obrigatória, o que não causa seu interesse. Como diz Hohlfeldt, temos que:

Facilitar a orientação e indicação de textos capazes de despertar e manter, entre nossos jovens, o hábito, o gosto e a vontade da leitura, em textos adaptáveis a seu interesse e nível de compreensão, evitando que se caia na armadilha dos chamados clássicos. (...) A leitura é uma prazer, jamais uma obrigação. (HOHLFELDDT 1986, In: KHÉDE, Sonia Salomão (org.).

Outro fator preocupante pelo desinteresse das crianças e jovens pela leitura tempos atrás, foi a ascensão de outros meios de diversão e entretenimento, que poderiam sufocar o livro: o cinema, a TV, o vídeo game e a internet. O que não aconteceu, pois hoje o gênero infanto-juvenil se ampliou, junto com a ajuda da grande divulgação da mídia, e as adaptações cinematográficas dos livros, desenvolvendo vários temas de interesse entre o público, que por si só escolhem, e tem acesso ao que querem ler. Isso fez com que a escola não seja mais o único influenciador de leitura. Além disso, nem os novos meios de diversão impedem que o jovem leia, mas contribui, junto do mercado editorial que cresce significativamente com suas novas estratégias comerciais, influenciado pela indústria cultural.

Em função do público infanto-juvenil se interessar mais por leitura hoje do que décadas atrás, muitos buscam literatura que não é indicada para sua faixa etária, consumindo livros de gênero adulto, onde em sua maioria, são estrangeiros e *best-sellers*. Esses livros em geral parecem ser mais interessantes do que os indicados pela escola, que ainda hoje carrega características de literatura pedagógica e são apresentadas de forma obrigatória.

Porém, o modo de trabalho do mercado hoje na divulgação dos livros, que se beneficia principalmente dessa transformação das obras literárias em peças cinematográficas, pode não estar atingindo de maneira eficiente o público infanto-



juvenil. Com tantos livros bons para esses adolescentes, é importante ressaltar que eles, infelizmente, hoje acabem se interessando por livros de temática mais adulta. É verdade que ainda existem leitores que gostam muito desse gênero, pois ainda tem acesso aos livros da biblioteca da escola, local onde os livros tendem a ser mais infanto-juvenis e brasileiros, como visto na pesquisa realizada por nós tanto citada aqui. Mas ainda assim, é possível que esses adolescentes se interessem ainda mais por esses livros com conteúdo adultos, já que em sua maioria o mercado os oferece com estética mais atraente. Além disso, a transformação das obras em filme torna o livro uma fonte de duplo entretenimento: se lê o livro, e se vê o filme, tornando impossível que essa onda de novos leitores busquem os livros da escola ao invés dos que a mídia oferece.

Outro fato digno de estudo é o surgimento desse novo gênero literário, o YA (*Young Adult*), que por ter uma faixa etária muito ampla (14 a 29 anos), possui conteúdo não muito indicado para pré-adolescentes, que também vão querer ler qualquer novo fenômeno literário publicado. Assim, cabe ao mercado dessa nova onda de livros de entretenimento, saber adicionar conteúdo educativo nos livros atuais, sem dar a ele aparência de livro indicado pela escola, junto de características de uma literatura adulta que, como vimos, o jovem hoje aprecia, com respeito a sua faixa etária.

REFERÊNCIAS

BRUNA LONGO BIASIOLI (Brasil). **AS INTERFACES DA LITERATURA INFANTO-JUVENIL: PANORAMA ENTRE O PASSADO E O PRESENTE**. Disponível em: <http://www.uel.br/pos/letras/terraroja/g_pdf/vol9/9_9.pdf>. Acesso em: 06 maio 2013.

CECCANTINI, João Luis C. T (org.). 2004. **Leitura e literatura infanto-juvenil: memórias de Gramado**. São Paulo: Cultura Acadêmica

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. 6ª São Paulo: Perspectiva, 2008.

GOMES, Caroline et al. **A publicidade audiovisual literária como incentivo à leitura infanto-juvenil**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-1618-1.pdf>>. Acesso em: 06 maio 2013.



HOHLFELDT, Antonio. **Literatura para o Jovem de Hoje** In: KHÉDE, Sonia Salomão (org.). *Literatura Infanto-Juvenil um Gênero Polêmico*. 2.ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1986.

LAJOLO, Marisa. **O texto não é pretexto**. In: ZILBERMAN, Regina (org.). *Leitura em crise na escola: as alternativas do professor*. 7. ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1986.

KHÉDE, Sônia Salomão et al. (Org.). **LITERATURA INFANTO-JUVENIL: UM GÊNERO POLÊMICO**. Porto Alegre: Novas Perspectivas, 1986. 168 p.

PROGRAMA VEREDA LITERÁRIA (Brasil). **LITERATURA INFANTOJUENIL E MERCADO EDITORIAL**. Disponível em:

<<http://www.youtube.com/watch?v=zHNwnTDtNgg>>. Acesso em: 06 maio 2013.

TEIXEIRA, Marina Gontijo Santos. **CATÁLOGOS DE EDITORA DE LITERATURA INFANTO-JUVENIL: UMA LEITURA**. Disponível em:

<http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/FAEC-8MLMDC/disserta__o_marina_gontijo_santos_teixeira.pdf?sequence=1>. Acesso em: 06 maio 2013.