

## CARTOGRAFIA DA LEITURA NO BRASIL

LUCAS CYRINO (UFRGS)<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0001-5328-2396>

**RESUMO:** A discussão introduzida neste artigo se debruça sobre a pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil*, iniciada no ano 2000 e promovida quadrienalmente, desde 2007, pelo Instituto Pró-Livro. Os esforços aqui empreendidos dão conta de analisar de maneira qualitativa a série histórica apresentada entre 2007 e 2015, recortando os pontos que consideramos fundamentais na direção de traçar e explicitar, na perspectiva dos *Retratos*, o perfil do leitor brasileiro. Nessa análise, introduzimos as prerrogativas de tal pesquisa e propomos uma interpretação que extrapola a noção estática da imagem, do retrato (representado pelos índices verificados nos *Retratos da Leitura no Brasil*) e se direciona às pegadas deixadas pelos leitores, pelas leitoras e também por aqueles que não leem no mapa da leitura – daí que apresentemos, alusivamente, uma cartografia. Feito o exame qualitativo dos dados da pesquisa do Instituto Pró-Livro, os resultados aos quais chegamos apontam para um perfil de leitor multifacetado, que exige que consideremos, em primeiro lugar, as particularidades de cada indivíduo, junto da forma como manipula os materiais e suportes em que lê. Sobre todos os públicos, vemos ainda que sua disposição na cartografia da leitura no Brasil indica um exercício majoritariamente livre, autônomo e independente em relação ao ato de ler.

**PALAVRAS-CHAVE:** Leitura. Perfil leitor. *Retratos da leitura no Brasil*. Cartografia da leitura.

**ABSTRACT:** *The discussion introduced in this paper covers the Retratos da Leitura no Brasil research, started in 2000 and held every four years, since 2007, by Instituto Pró-Livro. The aim here is to qualitatively analyze the historical series from 2007 to 2015, focusing on the points considered fundamental to trace the profile of the Brazilian reader, from the point of view of Retratos. In this analysis, we introduce the prerogatives of that research and propose an interpretation that goes beyond the static notion of image, of portrait (as represented by the statistics seen in Retratos da Leitura no Brasil) and center on the footprints left by readers of all genders, as well as those who don't read, in the map of reading - thus we present, allusively, a cartography. From examining the data from Instituto Pró-Livro's research, the results achieved indicate a multifaceted profile of reader, which demands we consider, first of all, each individual's particularities, as well as the ways one handles the materials and supports one reads in. Moreover, considering all audiences and their disposition in this cartography of reading in Brazil, we observe an attitude mostly free, autonomous and independent in what pertains the act of reading.*

**KEYWORDS:** Reading. Reader's profile. *Retratos da leitura no Brasil*. Cartography of reading.

### INTRODUÇÃO<sup>2</sup>

No ano 2000, as quatro principais instituições relacionadas à produção e à circulação de livros no Brasil – Abrelivros, Bracelpa, CBL e SNEL<sup>3</sup> – reuniram-se para discutir ferramentas capazes de avaliar o mercado livreiro do País. Embora não fosse explicitamente a intenção inicial, seus esforços colocavam em necessário debate os índices de penetração da leitura, para além do acesso mercadológico aos livros. O primeiro levantamento foi realizado no final daquele

<sup>1</sup> Mestre em Letras/Estudos de Literatura pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, é doutorando na mesma instituição, orientado pela profa. Dra. Regina Zilberman, com bolsa Capes. E-mail: [laccyrino@gmail.com](mailto:laccyrino@gmail.com).

<sup>2</sup> Este estudo constitui um desdobramento de uma pesquisa desenvolvida entre 2016 e 2018 a nível de mestrado, com apoio da Capes (Código de Financiamento 001).

<sup>3</sup> Associação Brasileira de Editores de Livros, Associação Brasileira de Celulose e Papel, Câmara Brasileira do Livro e Sindicato Nacional dos Editores de Livros, respectivamente.

ano, aplicado pelo Instituto A. Franceschini Análises de Mercado, e os resultados, publicados no ano seguinte, estabeleceram as bases daquilo que se pode chamar, hoje, de *perfil leitor* dos brasileiros.

A despeito da intenção inicial fortemente relacionada à vendagem de livros e ao perfil de seu comprador, o estudo passou a fomentar discussões imediatas e ações em torno do livro e da promoção da leitura no Brasil – como é o caso da Lei do Livro, de 2003. Em 2004 uma nova edição da pesquisa foi encomendada, quando, em âmbito federal, debatia-se a implantação de políticas públicas dedicadas à área que projetassem ações para os próximos 30 anos. Isso levou as entidades envolvidas no primeiro levantamento a fundarem, em 2006, o Instituto Pró-Livro, que desde então capitaneia a série de pesquisas que passou a ser chamada de *Retratos da Leitura no Brasil*.

Galeno Amorim (2008), que esteve envolvido no processo, destaca que a partir da segunda edição já se procurou aferir a penetração da leitura de modo a poder compará-la com outros países. Para chegar a isso, a ideia foi apresentada ao Centro Regional para o Fomento do Livro na América Latina e o Caribe (Cerlalc), vinculado à Unesco, e em 2004 uma pesquisa-teste foi aplicada em Ribeirão Preto (São Paulo). Em 2006, o Ibope Inteligência testou o mesmo piloto no Rio Grande do Sul, com amplitude um pouco maior, sob o financiamento da Câmara Rio-Grandense do Livro, instituição que, entre tantas outras País afora, também passou a se interessar pela ideia de verificar o perfil do leitorado brasileiro – no seu caso especificamente, dadas as particularidades da proposta levada a cabo, da população sul-rio-grandense.

Em 2007, com o bom resultado desses testes, o Instituto Pró-Livro coordenou a realização de um levantamento em todo o País, aplicando o padrão internacional adotado a partir de 2004 por intermédio do Ibope Inteligência (que, dali por diante, passaria a ser a agência aferidora das demais edições). Desde então pretende-se aplicar a pesquisa a cada quatro anos, a fim de desenvolver o que seus organizadores consideram ser uma série histórica – o que permite que os resultados sejam avaliados, comparados e debatidos à medida que confirmam o sucesso, denunciam o fracasso e propiciam novas discussões em torno de políticas públicas, educacionais e mercadológicas. A série histórica, iniciada na segunda edição nacional do levantamento, de 2007, tem continuidade com índices já publicados em relação a 2011 e 2015.<sup>4</sup> A quinta edição da pesquisa, cujo levantamento foi feito em 2019, deve ser lançada em 2020, de acordo com informações da Plataforma Pró-Livro (cf. nota anterior), de modo que seus dados, dada a inacessibilidade, não podem participar do estudo que propomos. Sobre essa última edição, sabe-se que teve desdobramentos chamados “Retratos da leitura em bibliotecas” e “Retratos da leitura em eventos do livro e literatura”, também inéditos ao grande público<sup>5</sup>.

Isso não impede, no entanto, que levemos a cabo a proposta deste ensaio de analisar a série histórica entre 2007 e 2015, à medida que verificamos os comportamentos de leitores e leitoras diante dos resultados já apresentados pelos *Retratos*. O recorte de análise que fazemos representa, na perspectiva dos *Retratos*, o que se considera ser, para o período destacado, o perfil leitor dos brasileiros. A ideia de uma cartografia de leitura – e não um retrato –, portanto, vai ao encontro de nosso objetivo, uma vez que, como se verá, não é possível delimitar os comportamentos dos públicos leitores em imagens estáticas: tentamos, como o fazem (muito

<sup>4</sup> A publicação em livro dos resultados da pesquisa foi iniciada na segunda edição, com organização de Galeno Amorim (2008). As pesquisas subsequentes foram publicadas em 2012 e 2016, organizadas por Zoara Failla. Todas as publicações são acrescidas de estudos críticos feitos por importantes pesquisadores e agentes vinculados à área do livro e da leitura. Os dados de todas as edições (incluindo a primeira, de 2000) estão disponíveis no *site* do Instituto Pró-Livro, disponível em [plataforma.prolivro.org.br](http://plataforma.prolivro.org.br).

<sup>5</sup> Exceção se dá a evento realizado no Museu de Arte do Rio, em novembro de 2019, em que Zoara Failla, coordenadora dos *Retratos*, apresentou dados relativos aos eventos do livro e literatura. Cf. <https://museudeartedorio.org.br/programacao/5a-edicao-da-pesquisa-retratos-da-leitura-no-brasil/>.

bem) os *Retratos*, mas o ser leitor sempre nos escapa, interagindo com a leitura à sua própria revelia. É essa liberdade que dá sustentação a um estudo relacionado à série 2007-2015, pois se os resultados apontam principalmente para a autonomia, é pouco provável que os levantamentos subsequentes identifiquem comportamentos cerceadores da atividade do público leitor. Essa natureza rebelde, porém, deixa pistas para onde vai, do que quer, do que gosta. É por isso que podemos observá-los como em um mapa, e não em um porta-retrato.

### **A PROPOSTA DOS RETRATOS DA LEITURA NO BRASIL**

A primeira edição dos *Retratos*, de 2000, não pode participar da série histórica por dois fatores: primeiro, porque sua representatividade é baixa em relação à população brasileira. Amorim (2008) e Failla (2012, 2016), organizadores das edições a partir de 2007, indicam que a primeira avaliação foi aplicada em apenas 19 estados brasileiros, excluindo as regiões Norte e Nordeste, o que conferia à pesquisa uma representação de aproximadamente 80 milhões de brasileiros e brasileiras – cerca da metade da população à época. Desde 2007 a pesquisa por amostragem passou a ser realizada em todos os estados, procurando reproduzir estatísticas oficiais do IBGE em relação ao gênero, etnia, escolaridade, renda e densidade geográfica, entre outros fatores. Isso fez com que as edições passassem a representar 172,7 milhões, 178 milhões e 187,8 milhões de habitantes, para 2007, 2011 e 2015, respectivamente, alcançando uma representatividade de mais de 90% da população (FAILLA, 2016, p. 174).

O segundo ponto se alinha aos objetivos planteados pela pesquisa – que, como qualquer outro levantamento científico longo, alinha-se de tempos em tempos às necessidades e particularidades do mundo em que se vive, dos resultados já alcançados e, não menos importante, dos agentes financiadores. A primeira edição tinha um direcionamento mais voltado ao mercado, haja vista que, como seu principal objetivo, a penetração da leitura se condicionava ao acesso aos livros. Entre seus objetivos secundários, o perfil do leitor e suas preferências apareciam alinhadas com a identificação de “barreiras para o crescimento da leitura de livros no Brasil”, motivando os estudos a apresentarem o “*perfil do comprador de livros no Brasil*” (RLB 1, 2000, v. 1., p. 3, grifo nosso).

Entre as mudanças mais significativas com o parâmetro internacional, a partir de 2007, está a adaptação dos objetivos da pesquisa a buscar o *perfil leitor* do brasileiro. Se antes, em meio a anseios econômicos, a alusão a tal perfil era suficiente para motivar ações de incentivo à leitura, também os objetivos do estudo, a partir da segunda edição, passam a dar maior vazão a esse direcionamento. Isso é demonstrado por Galeno Amorim, que apresentou e coordenou os resultados publicados em 2008:

O objetivo central da nova edição de *Retratos da leitura no Brasil* foi medir intensidade, forma, motivações e condições para a prática da leitura no País na segunda metade desta década [...] Foi diagnosticar e medir o comportamento leitor da população, especialmente em relação aos livros, mas sem deixar de analisar outros suportes, como os jornais, revistas, histórias em quadrinhos, livros digitais, audiolivros ou aqueles que atendem a determinados grupos de leitores, como o livro em braile (AMORIM, 2008, p. 22-26).

Como se nota, o levantamento amplia as possibilidades de leitura ao abraçar distintos suportes, deixando um pouco de lado a dinâmica de acesso/vendagem de livros, sem deixar de considerá-los como ferramenta motriz da prática de leitura. A edição de 2011, publicada em 2012, mantém-se nesse mesmo horizonte, ao mesmo tempo que aprofunda a análise relacionada ao comportamento oposto ao perfil que se busca – ou seja, daqueles considerados não leitores (distinção da qual trataremos logo adiante). Ainda se fala no perfil do comprador de

livros, embora a pretensão de identificar “percepção das bibliotecas públicas pelo seu usuário” e “impacto dos livros digitais entre leitores e não leitores” (RLB 3, 2012, p. 235-236) demonstre que os *Retratos* não apenas ampliam as possibilidades de estudo em relação a diversificados elementos envolvidos na promoção da leitura, mas valorizam as possibilidades de realizá-la em termos de atualidade e tecnologia.

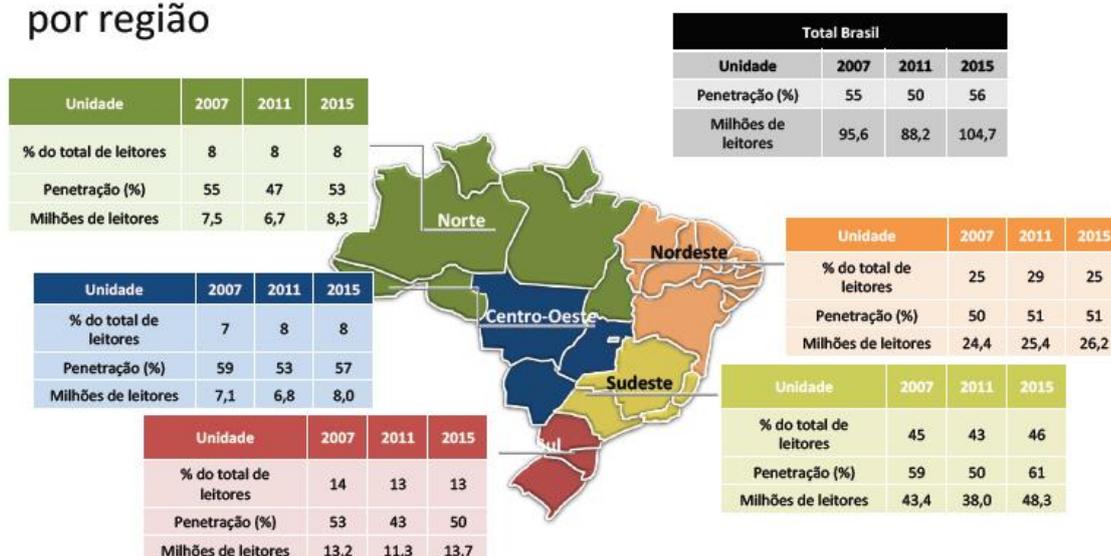
A quarta edição, realizada em 2015, tem como principal atualização a consideração mais efetiva sobre a leitura em suporte digital, que passa a integrar o objetivo geral de pesquisa: “conhecer o comportamento leitor medindo a intensidade, a forma, as limitações, a motivação, as representações e as condições de leitura e de acesso ao livro – impresso e digital – pela população brasileira” (RLB 4, 2016, p. 163). No momento em que alcança 15 anos desde a primeira proposta e 9 desde o início da série histórica, o levantamento compara o comportamento de leitores e não leitores e se distancia da ideia de perfil do comprador de livros, consolidando-se, ao mesmo tempo, como o principal estudo do gênero em todo o País.

Cabe salientar, ainda, a distinção fundamental entre leitores e não leitores para a interpretação dos resultados da pesquisa, que permanece inalterada desde 2000. Para o primeiro caso, são considerados todos aqueles indivíduos com idade igual ou superior a 5 anos que declararam ter lido, no todo ou em parte, pelo menos um livro nos três meses que antecederam a entrevista; os não leitores, por sua vez, são aqueles que revelam não terem lido nenhum livro no período, mesmo que o tenham feito nos meses anteriores. Essa diferenciação é a peça-chave para compreender de que forma os *Retratos* demonstram seus resultados, observando e interpretando os índices a partir do ponto de vista da própria pesquisa.

## PISTAS E PEGADAS NA CARTOGRAFIA DA LEITURA

Não há como pensar um mapa sem ter apoio em sua dimensão mais pura, condizente com os dados que se referem à distribuição dos leitores e leitoras pelo território nacional. Nesse sentido, despontam as regiões Sudeste e Nordeste com a maior concentração ou penetração de leitura. Comparando o crescimento possível entre 2011 e 2015, cresce o número de leitores em todo o Brasil, com destaque às regiões Norte, Sul e Sudeste. Os dados a seguir indicam tais informações:

### Penetração de leitores 2007-2015: por região

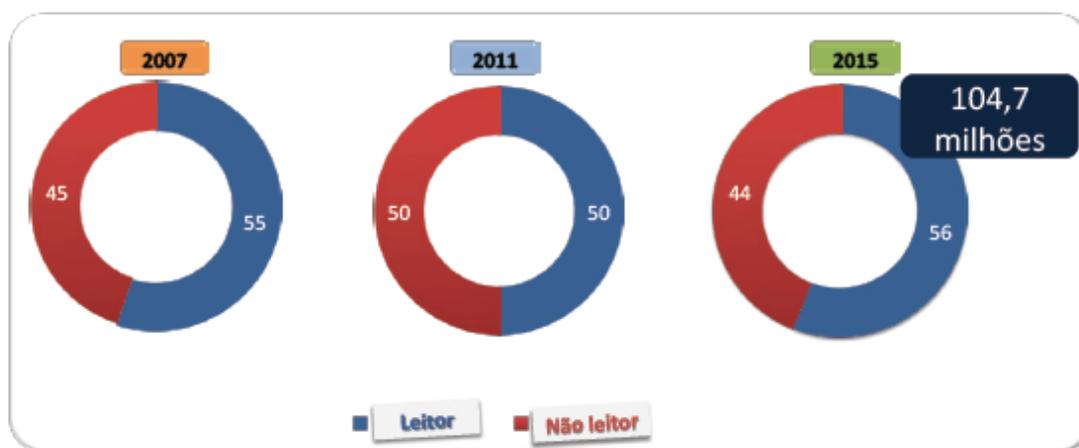


Fonte: RLB 4, 2016, p. 251.

No entanto, é provável que a informação que primeiro chame a atenção da imprensa, da academia e dos demais agentes do livro e da leitura seja aquela que aponta estatisticamente a quantidade de leitores e não leitores no País. A cada edição, o dado permite que se compare, para além do diagnóstico imediato em relação à população brasileira ser ou não leitora, se o brasileiro está lendo mais ou menos em relação ao período anterior. Os dados abaixo cotejam essas quantidades nas três edições dos *Retratos*, de acordo com a abrangência demográfica representada na pesquisa por amostragem:

## Estimativa populacional

(%) **Estimativa**



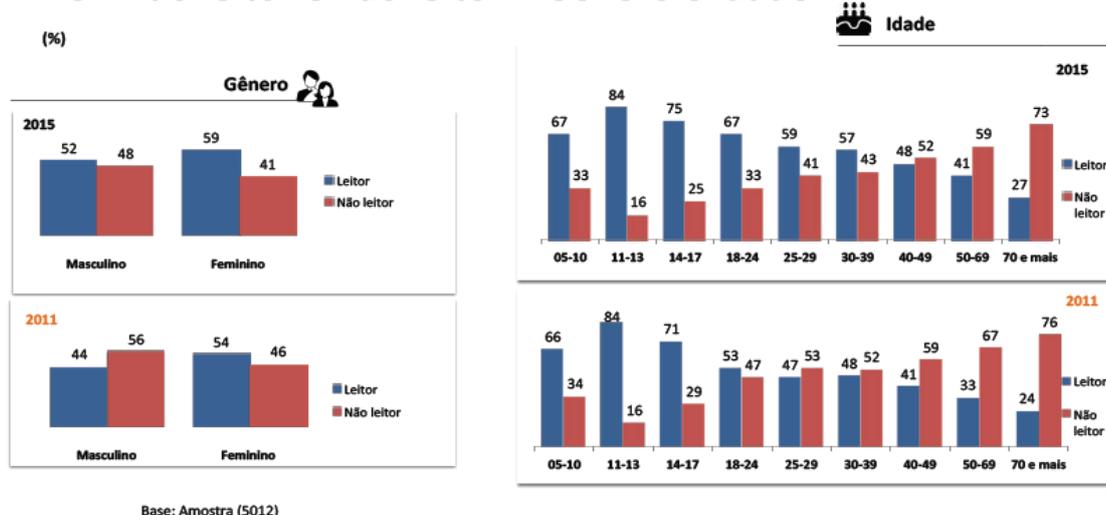
População brasileira com 5 anos ou mais – 2007 (173 milhões) / 2011 (178 milhões) / 2015 (188 milhões)

Fonte: RLB 4, 2016, p. 185.

O gráfico demonstra uma oscilação negativa entre 2007 e 2011, com o declínio do número de leitores ao patamar do empate com aqueles que não leem. Failla explica que o fenômeno pode estar relacionado a uma mudança na aplicação do questionário, de modo que os entrevistados em 2011 começavam por responder o número de livros que leram para depois indicar suas preferências em relação à leitura, e não o contrário, como antes se fez. Isso poderia indicar “uma resposta menos idealizada” (FAILLA, 2012, p. 28), portanto mais sincera por parte do público. Se concordarmos com essa perspectiva, então o levantamento de 2015 é promissor, haja vista o aumento significativo na quantidade de leitores para o curto espaço de quatro anos – em números aproximados, isso significa que havia no Brasil, em 2015, 104 milhões de leitores, ante 89 milhões em 2011. Embora seja muito delicado tratar do ato da leitura matematicamente, o aumento de 15 milhões de leitores, mais “sinceros” em suas respostas, pode corroborar a expectativa de que se lê mais no País.

O próximo índice divide esse público de acordo com o gênero, que em 2007 era composto por 45% homens e 55% mulheres (RLB 2, 2008, p. 167), e em 2011 e 2015, considerando também os não leitores, de acordo com o gênero e a faixa etária:

## Perfil do leitor e não leitor – Gênero e idade



Fonte: RLB 4, 2016, p. 186.

Em todos os cenários há crescimento na quantidade de leitores: entre os homens ocorre um aumento de 7% em relação ao número global representado na amostra, entre 2007 e 2015. Entre as mulheres, o aumento é de 4% para o mesmo período, dado que não pode ser menosprezado em razão de ser menor que o masculino, visto que, em 2015, quase 60% delas são leitoras, indicando claramente que há mais leitoras do que leitores no Brasil.

Os dados referentes a 2007 não indicam a distribuição etária entre homens e mulheres em proporção que possa ser comparada na série histórica. Na comparação entre 2011 e 2015, porém, embora não haja distinção entre os sexos, há aumento na quantidade de leitores em praticamente todas as faixas etárias. Desse contexto, vale destacar o crescimento significativo das faixas entre 18 e 29 anos, com aumento médio de 13%. Pode ser que alguns dos jovens que chegaram a 2015 na faixa dos 18 anos sejam aqueles que, até 2007, estavam entre os 14-17, índice que chegava aos 71% em 2011. Isso também se vê no breve crescimento da faixa 14-17 em 2015, se pensarmos que compreende os jovens que estavam, antes, nos 84% de leitores entre os 11-13. Mesmo que o número comece a cair depois dos 13 anos (o que, imediatamente, deve levantar discussões e pesquisas em relação ao que ocorre para o distanciamento da leitura a partir dessa idade), todos eles, dos 11 aos 29, estão de alguma forma vinculados ao que se entende por idade escolar, entre a educação básica, o ensino médio e o ensino superior, de modo que o aumento na quantidade de leitores e leitoras talvez seja um diagnóstico positivo, embora prematuro, de que os esforços empreendidos na promoção da leitura vêm lentamente dando certo. Na perspectiva de um aumento progressivo iniciado em 2007 – ou seja, de que as gerações de leitores e leitoras se consolidam e continuam essa prática quando avançam no tempo –, é possível que isso se confirme na próxima edição, caso seja verificado aumento no índice que compreende a faixa de 30 a 39 anos.

Os leitores demonstram que suas motivações para ler um livro variam conforme a idade, indicando que a leitura pelo prazer está mais concentrada na faixa que vai dos 5 aos 13 anos, iniciando declínio aos 14 e estabilizando-se ao longo da vida adulta (em torno de 21%), de modo a voltar a subir (a 25%) quando se chega à faixa dos 60. Vejamos:

## Principal motivação para ler um livro: por faixa etária

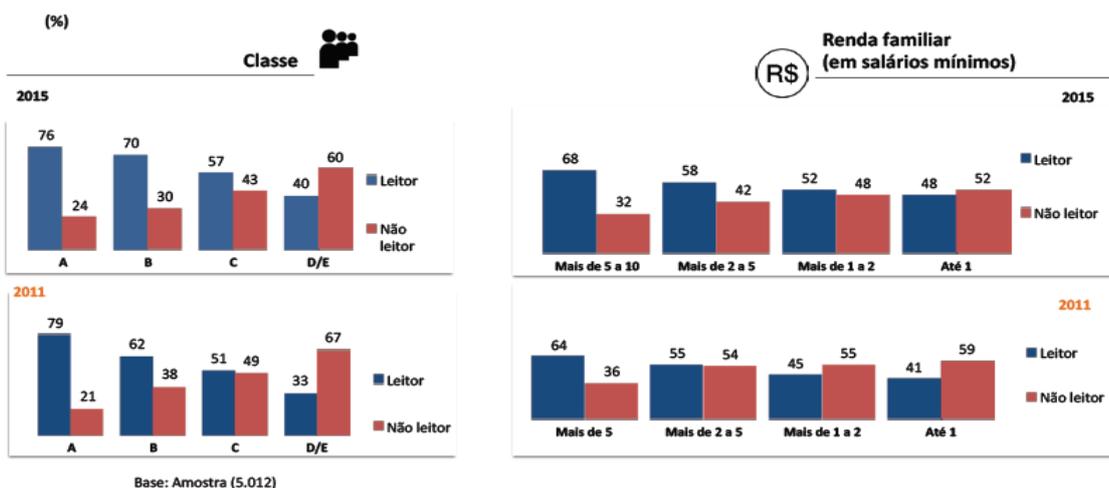
2015 (%)	TOTAL	FAIXA ETÁRIA								
		5 a 10	11 a 13	14 a 17	18 a 24	25 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 69	70 e mais
Base: Leitores	2798	307	204	321	403	254	474	332	439	66
Gosto	25	40	42	29	21	20	16	21	23	25
Atualização cultural ou conhecimento geral	19	9	12	15	20	23	28	22	19	23
Distração	15	10	16	19	17	17	13	13	12	19
Crescimento pessoal	10	4	7	9	14	10	13	13	10	3
Motivos religiosos	11	3	3	1	4	9	13	16	25	25
Exigência escolar ou faculdade	7	22	12	14	8	3	3	2	0	0
Atualização profissional ou exigência do trabalho	7	1	3	3	9	13	9	8	6	0
Não sabe/Não respondeu	5	11	4	9	6	4	5	4	5	4

Base baixa

Fonte: RLB 4, 2016, p. 193.

Esses dados, especialmente os números em relação ao gosto, à atualização cultural e ao crescimento pessoal, talvez confirmem mais uma vez a importante influência da escolarização, embora não se possa deixar de considerar que diversos outros fatores, como o socioeconômico, também influenciam no processo. Apesar do crescimento contingencial do número de leitores e leitoras em todas as faixas etárias, a leitura parece persistir sendo privilégio daqueles com maior poder aquisitivo, pertencentes às classes mais altas na escala socioeconômica.

## Perfil do leitor e não leitor – Classe e renda familiar



Fonte: RLB 4, 2016, p. 189.

A discrepância desses dados, chegando a poucos pontos percentuais de igualar o número de leitores da classe A com os não leitores das classes D/E, reflete-se na questão relativa ao imaginário popular em relação à leitura. A informação aponta que todas as classes acreditam que a leitura pode trazer conhecimento, com variação muito pequena nas classes mais baixas. Por outro lado, considerar o ato de ler como oportunidade para crescimento profissional, predominante se somadas as classes B e C, encontra-se com “vencer na vida”,

em que se destacam as classes D/E, para confirmar o apreço pela leitura como agente transformador da sociedade. Não esqueçamos que, no período compreendido pela série histórica, as classes menos privilegiadas foram alvo de intensas políticas públicas de incentivo à moradia, emprego e renda, de modo que os resultados do bom apreço pela leitura podem estar relacionados com tais iniciativas.

## O que a leitura significa: por classe social

(%)	2015	TOTAL	CLASSE			
			Classe A	Classe B	Classe C	Classes D/E
Base: Amostra		5.012	148	1.093	2.384	1.387
A leitura traz conhecimento		49	56	53	50	41
A leitura traz atualização e crescimento profissional		23	34	27	24	17
A leitura me ensina a viver melhor		22	18	22	22	23
A leitura pode fazer uma pessoa "vencer na vida" e melhorar		17	10	12	16	23
A leitura é uma atividade interessante		16	11	18	16	15
A leitura facilita a aprendizagem na escola ou faculdade		15	17	15	16	14
A leitura é uma atividade prazerosa		13	21	18	12	10
A leitura ocupa muito tempo		5	5	5	6	4
A leitura é uma atividade cansativa		5	4	4	5	5
Só leio porque sou obrigado(a)		3	3	2	3	3
A leitura não serve pra nada		1	1	0	0	1
Nenhuma destas/Não sabe/ Não respondeu		4	1	1	3	9

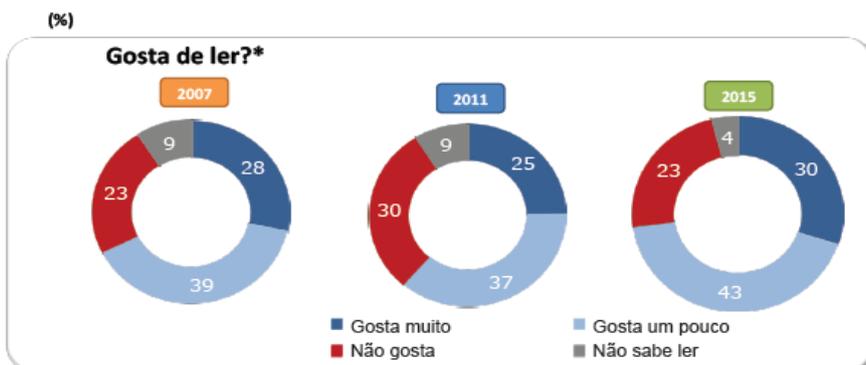
Base baixa

P.46) Qual das seguintes frases que eu vou ler mais se aproxima do que significa a leitura para você? E em segundo lugar?

Fonte: RLB 4, 2016, p. 243.

A posição da leitura no imaginário social se relaciona com o gosto por ler. Os resultados dos *Retratos* nesse aspecto não distinguem leitores de não leitores e demonstram, inclusive, certa sensibilidade da pesquisa ao permitir que também os analfabetos, a partir de 2015, passassem a responder à pergunta, indicando por conta própria se sabiam ler ou não. Como se trata de um aspecto muito significativo, voltaremos a discuti-lo mais adiante; por ora, observemos o gráfico comparativo:

## Gosto pela leitura – Gosta de ler?



\*Até 2011, os respondentes "analfabetos" não respondiam a essa pergunta, e eram incluídos na opção de resposta "Não sabe ler". Na edição de 2015, todos responderam à pergunta (incluindo os analfabetos). Assim, a opção de resposta "Não sabe ler" foi declarada espontaneamente pelos entrevistados.

Base: Amostra 2007 (5.012) / 2011 (5.012) / 2015 (5.012)

P.27) De maneira geral, o(a) sr(a) gosta muito, gosta um pouco ou não gosta de ler?

Fonte: RLB 4, 2016, p. 202.

Se somamos os índices de quem declara “gostar muito” com “gostar um pouco”, temos que o apreço é majoritário e crescente, mesmo com breve queda no meio da série histórica: vai de 67% em 2007 para 73% em 2015, quase que absoluta maioria. Embora o número não esteja em completo equilíbrio com a quantidade de leitores diagnosticada pela pesquisa, e a despeito da subjetividade da pergunta relativa ao gosto, as questões inerentes ao acesso à leitura, como renda e classe, talvez confirmem que o obstáculo econômico é significativo. Ora, não esqueçamos que a grande maioria da população ocupa as classes menos favorecidas; o gosto pela leitura, portanto, colide com (im)possibilidades diversas. Os *Retratos* dão conta de mapear algumas pistas desses caminhos:

## Fatores que influenciam na escolha de um livro



P.36) Qual destes fatores mais influencia o(a) sr(a) na hora de escolher um livro ou autor para ler?

Fonte: RLB 4, 2016, p. 195.

Neste aspecto, fazemos um recorte na série histórica para tratar apenas de 2015, em função de que, antes, as respostas dos leitores eram estimuladas por múltipla escolha. Agora, com opção única, notam-se as influências advindas de outras pessoas, incluído o professor, com certo desprestígio – juntos, os quesitos que abordam a influência de outrem somam apenas 18%, ante 42% em 2007 e 29% em 2011. Destaque tem o objeto livro, cujo tema, que já ocupava a primeira posição nas outras edições, se somado a seus correlatos – o autor, a capa, o título, a editora – alcança 66% de influência (embora o tema seja a preferência dos adultos e a capa a das crianças, como indica a nota ao lado do gráfico).

O que surpreende nesse contexto é também o índice baixo relacionado às redes sociais e aos *blogs*, considerando-se que perceber a leitura em meio digital era a grande aposta dos *Retratos* de 2015. Justificando tal aposta, outra pesquisa importante, a *TIC Kids Online Brasil 2016*, procurou verificar o comportamento na *web* de crianças e adolescentes para aquele ano. Os resultados revelaram que mais de 50% de todos os jovens entre 9 e 17 anos acessavam a internet mais de uma vez ao dia, o que se verificou em todas as classes, rendas, regiões, sexos e escolaridade dos pais. A proporção de acesso frequente em relação à população chegava a 77% entre os jovens de 17 anos, e a 83% quando a renda *per capita*<sup>6</sup> familiar era igual ou superior a 3 salários mínimos. A baixa relação do meio digital no processo, aliada ao declínio

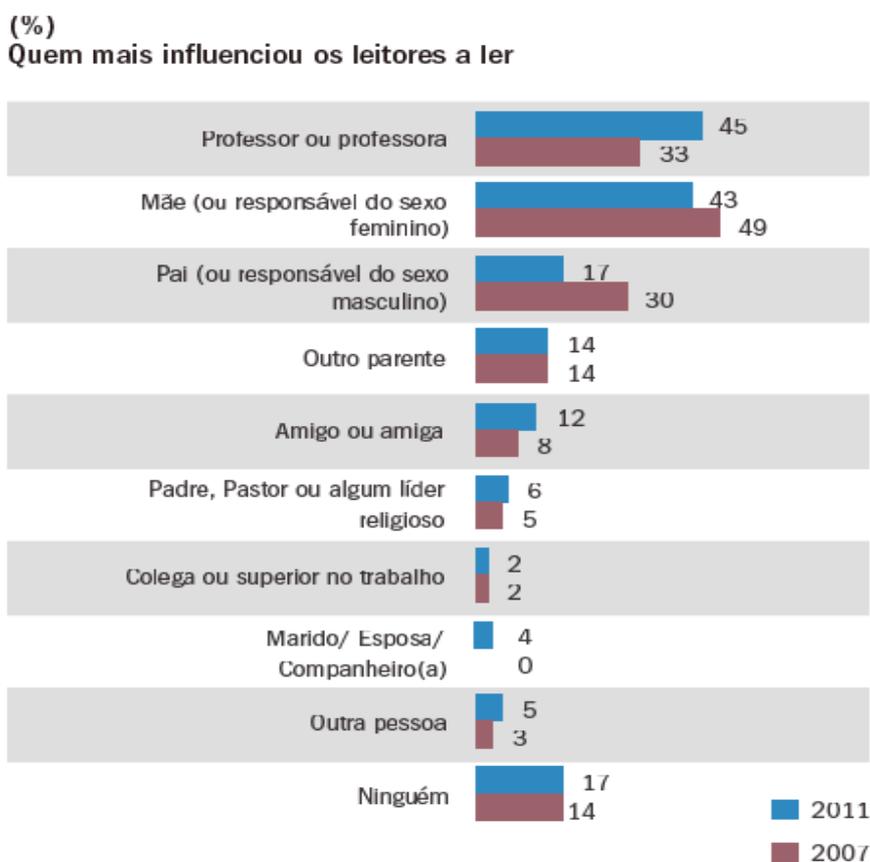
<sup>6</sup> Cf. Crianças e adolescentes, por frequência de uso da internet. *TIC Kids Online Brasil 2016*. Disponível em: <http://cetic.br/tics/kidsonline/2016/criancas/A4/>. Acesso em: 11 maio 2018.

crescente da influência de outras pessoas, parece sugerir que os leitores e leitoras estão buscando por conta própria seus objetos de leitura, sem mediação, num exercício de liberdade.

Zoara Failla, coordenadora dos *Retratos* de 2015, contraria essa perspectiva:

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

Para Failla, que representa a perspectiva dos *Retratos* e do Instituto Pró-Livro, a ideia de que para que haja formação leitora é imprescindível a mediação de outra pessoa parece ser peça fundamental. A defesa de certa autonomia no trato com a leitura, traduzida pelas respostas dos *Retratos*, contrapõe-se, à primeira vista, com esse parâmetro, embora o diagnóstico comportamental em si não signifique que a mediação deva deixar de existir, que seja menor ou menos importante – muito pelo contrário, a mediação em leitura dificilmente vai deixar de somar no processo de formação leitora. Ainda assim, podemos insistir na ideia de autonomia ou mesmo liberdade por parte do público se olharmos as perguntas específicas relativas à influência. O próximo quadro indica as respostas à questão “Quem mais influenciou os leitores a ler”, com dados relativos a 2007 e 2011:



Base: Leitor que gosta de ler 2007/ 2011 (77,2 milhões)

Fonte: RLB 3, 2012, p. 297.

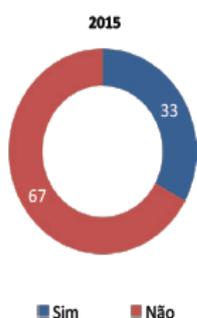
O principal contraste a ser observado nesses dados está na relação entre a família e o professorado: enquanto mãe e pai caem 6% e 13%, respectivamente, de 2007 para 2011, a influência dos mestres parece subir 12%, junto com a dos amigos, que sobe 4%. Rebelia juvenil, numa explicação muito esdrúxula, mas sintomática; note-se que também cresce o percentual para “ninguém”. Em 2015, a questão muda de figura: passa-se a perguntar, antes de tudo, se houve alguma influência, para só então perguntar por parte de quem. Os resultados são surpreendentes:

## Pessoas que influenciaram o gosto pela leitura

(%)

Houve influência de alguém para o(a) sr(a) gostar de ler?

(Pergunta nova)

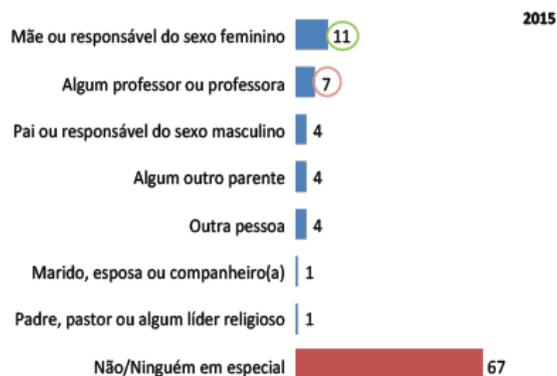


A figura da mãe é bastante importante na influência do gosto pela leitura, especialmente quando comparada à influência do pai ou de algum parente.

Base: Amostra (5.012)

P.28A) Alguém influenciou ou incentivou o(a) sr(a) a gostar de ler livros?  
 P.28B) (SE SIM) Qual foi a pessoa que mais o(a) influenciou ou incentivou?

Quem, principalmente?\*

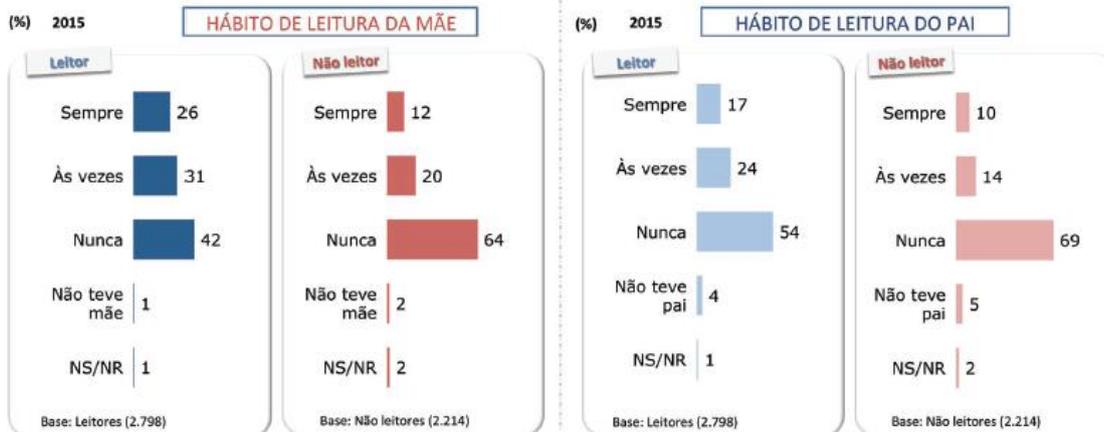


Fonte: RLB 4, 2016, p. 206.

Novamente, fica clara a autonomia para escolher o que ler, ou a gostar de ler. Consideremos, é claro, que a base da pergunta se estende não apenas aos leitores que gostam de ler, como era o caso anteriormente, mas a toda a amostra; ainda assim, lembremos que, entre leitores e não leitores, pelo menos 73%, em 2015, declararam gostar muito ou um pouco de ler. Entre aqueles 33% que declararam receber alguma influência, o destaque volta a ser da mãe, seguida da professora, mas ainda assim os índices relativos à família e à educação escolar são pouco significantes diante dos 67% que não tiveram ninguém especial para a mediação.

Uma das grandes falhas dos *Retratos* é não aprofundar as percepções de leitura em relação aos professores, diagnosticando suas leituras e o desenvolvimento de sua tarefa de mediação. Há, no entanto, dados relativos aos pais que corroboram o fato de a influência da mãe ser maior que a do pai: ela lê mais, o que é atestado também pelo dado de que as mulheres, no todo, leem mais que os homens. Vê-se, abaixo, que a pesquisa também destaca o fato de que quando leitores e leitoras veem seus pais lendo, a influência que recebem é maior.

## Percepção sobre hábito de leitura dos pais: por perfil



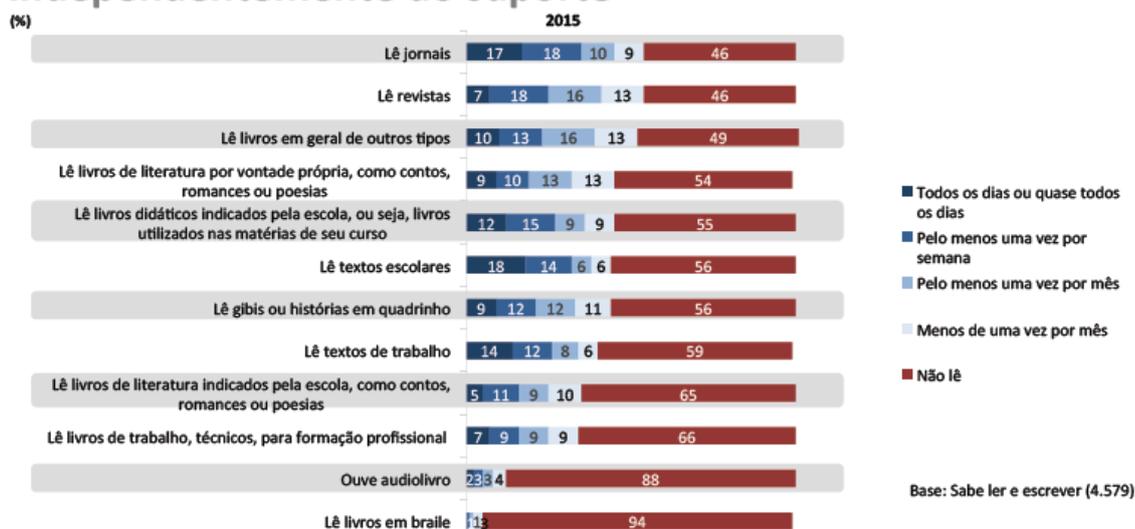
O hábito de leitura dos pais tem forte influência na construção do hábito de leitura dos filhos. Além disso, o mesmo se observa em relação à escolaridade dos pais; os leitores têm pais relativamente mais escolarizados do que os não leitores.

P.23A) O(a) sr(a) diria que costuma/costumava ver seu pai ou responsável do sexo masculino lendo?  
 P.23B) E o(a) sr(a) diria que costuma/costumava ver sua mãe ou responsável do sexo feminino lendo?

Fonte: RLB 4, 2016, p. 209.

Levando em conta a autonomia do público na prática da leitura, o mapeamento a partir dos *Retratos* pode compreender os materiais de leitura a que habitualmente o público tem acesso. Neste caso, observamos apenas os dados de 2015, em função de que antes disso as respostas estimuladas geravam dados pouco sólidos e comparáveis entre si, sugerindo uma média de diferentes materiais de leitura por cada leitor (2,74, em 2007, e 3,01, em 2011, cf. RLB 3, 2012, p. 289). Os dados da última edição são mais amplos:

## Frequência de leitura por tipo de material, independentemente do suporte



P.32) O(a) sr(a) \_\_\_\_\_ todos os dias ou quase todos os dias, pelo menos uma vez por semana, pelo menos uma vez por mês ou menos de uma vez por mês? Por favor considere a leitura que o(a) sr(a) realiza em papel ou em formato digital.

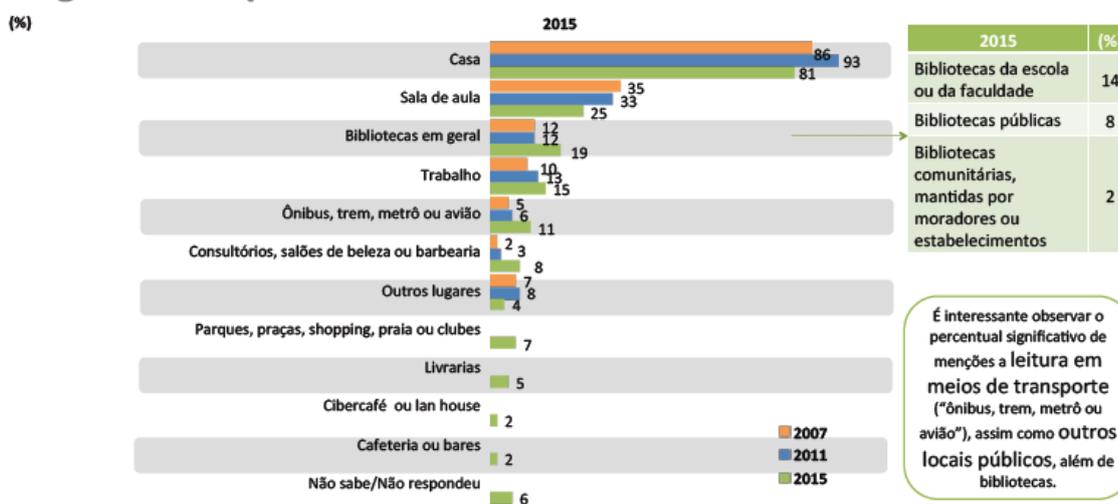
Fonte: RLB 4, 2016, p. 197.

A diversidade, como se vê, indica que leituras mais ligeiras, como revistas, jornais e livros em geral têm grande saída entre o público – que, nesta questão, engloba também não leitores, pelo conceito dos *Retratos* (talvez por isso os índices de “não lê” sejam tão expressivos). No que diz respeito à literatura, chama a atenção a diferença entre aqueles

buscados por conta própria daqueles indicados pela escola. Para o primeiro caso, somados os índices de frequência, chegamos a 46% (dado que pode ser aproximado dos 44% de gibis e HQs), ante os 35% da escola. Pode ser que a escola não recomende leituras suficientes (o que seria um problema imediato), ou que falhe na sua missão mediadora (outro problema imediato, de igual gravidade). A resposta que temos, no entanto, é a de que se lê mais em idade escolar; é provável, portanto, que essa leitura seja buscada de forma autônoma, ou, pelo menos, pouco diagnosticada nos *Retratos*.

Esse descompasso notado na mediação prescindida pelo leitor e as leituras da escola reaparece no quesito relativo aos locais em que se realiza a leitura. Os dados de 2015 comparam toda a série histórica:

## Lugares em que costuma ler livros



É interessante observar o percentual significativo de menções a leitura em meios de transporte ("ônibus, trem, metrô ou avião"), assim como OUTROS locais públicos, além de bibliotecas.

Base: Leitores 2007 (2.745) / 2011 (2.506) / 2015 (2.798)  
 P.33A) Em qual destes lugares o(a) sr(a) costuma ler livros, sejam eles em papel ou digital?

Fonte: RLB 4, 2016, p. 198.

A casa segue sendo o *locus* da leitura por excelência. Não obstante, é curioso relacionar os 81% desse gráfico com a pouca influência exercida pela família – que não é nula, haja vista o que já percebemos em relação à mãe e ao pai, mas que é muito baixa perto desse último dado. A escola, por sua vez, representa uma queda de 10% ao longo dos 9 anos de pesquisa. Na contramão desses números, cresce a passo lento a leitura que se realiza no transporte público, em bibliotecas (incluída a da escola ou da faculdade), em salas de recepção e demais locais públicos. São dados pequenos, mas relevantes se pensamos que, em grande medida, caracterizam ambientes em que a leitura é solitária, sem grande espaço para alguma mediação. O que se vê, portanto, é que leitores e leitoras se espalham pela cartografia da leitura com ampla liberdade, ocupando diferentes espaços para realizar a leitura (de distintos materiais) a seu próprio gosto, modo e vontade.

Insistindo no perfil leitor, os *Retratos* aprofundam noções sobre as rotinas de seu público, leitor e não leitor. Logo, é válido pensar que tais informações podem estar relacionadas, à primeira vista, com a aproximação ou o afastamento da leitura.

## O que gosta de fazer em seu tempo livre (% de sempre)

(%)	2007	2011	2015
Assiste televisão	77	85	73 ↓
Escuta música ou rádio	54	52	60 ↑
Usa a internet	18	24	47 ↑
Reúne-se com amigos ou família ou sai com amigos	-	-	45
Assiste a vídeos ou filmes em casa	29	38	44
Usa WhatsApp	-	-	43
Escreve	21	18	40 ↑
Usa Facebook, Twitter ou Instagram	-	18	35 ↑
Lê jornais, revistas ou notícias	36	28	24
Lê livros em papel ou livros digitais	-	-	24
Pratica esportes	24	23	24
Passeia em parques e praças	19	19	23
Desenha, pinta, faz artesanato ou trabalhos manuais	-	-	15
Vai a bares, restaurantes ou shows	15	18	14
Joga games ou videogames	10	13	12
Vai ao cinema, teatro, concertos, museus ou exposições	9	10	6
Descansa	50	51	-
Faz compras	24	23	-
Viaja (campo/praias/cidade)	18	15	-
Faz artesanato e trabalhos manuais	12	6	-
Desenha, pinta	-	10	-
Não faz nada, descansa ou dorme	-	-	19
<b>MÉDIA DE ATIVIDADES POR ENTREVISTADO</b>	-	-	<b>5,5</b>

Base: Amostra: 2015 (5.012) / 2007 (5.012) / 2011 (5.012)

P.08) Quais das atividades que eu vou ler o(a) sr(a) realiza no seu tempo livre? O(a) sr(a) \_\_\_\_\_ sempre, às vezes ou nunca?

Fonte: RLB 4, 2016, p. 234.

Como se pode esperar de um mundo cada vez mais conectado, cada vez mais coisas são feitas ao mesmo tempo – em média, 5,5 para cada entrevistado, em 2015 –, muitas delas relacionadas à internet, como o acesso às redes *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Música, rádio e filmes também podem ser incluídos nesse grupo, em face das atividades de *streaming* – e, ousamos crer, é bastante possível que esses números cresçam no próximo levantamento. Diante da expressiva preferência pela televisão, que apesar de cair segue liderando as respostas, Ezequiel Theodoro da Silva pontua que “o povo brasileiro [é] muito mais imagético e auditivo do que propriamente letrado ou apegado às coisas do mundo impresso” (SILVA, 2012, p. 107). A afirmação de Silva foi feita quando o dado relativo à TV chegava aos 85%, em 2011, mas continua servindo se pensamos que também as redes e os *streamings* pressupõem uma leitura mais relacionada à imagem e ao som do que à palavra.<sup>7</sup> Finalmente, desse dado podemos celebrar a leitura da palavra que, embora caia em relação a revistas e jornais, mais integrados à imagem, aparece representada por livros (impressos e digitais) em 2015; além disso, para além das atividades de lazer, temos uma incidência pequena, mas importante, de atividades relacionadas às artes plásticas e visuais (se somamos cinema, teatro, museus com pintura e demais trabalhos manuais).

Esses dados, no entanto, tratavam do público em geral. É importante observar, agora, um quadro apresentado pela pesquisa de 2015 – que compara leitor e não leitor em relação ao tempo livre –, em que se vê grande benefício do ato da leitura: quanto mais ela é praticada, maior é a diversidade de atividades que se realiza. Informações que podem ser especulativamente relacionadas, mas que certamente se traduzem em diferenças importantes entre os dois públicos:

<sup>7</sup> Para pensar no perfil leitor da contemporaneidade, ver importante estudo de Lucia Santaella (2014), em que aborda a perspectiva de um perfil leitor ubíquo.

## O que gosta de fazer em seu tempo livre (% de sempre): leitor x não leitor

(%)	2015	Leitor	Não Leitor
Assiste televisão		73	73
Escuta música ou rádio		66	53
Usa a internet		60	32
Reúne-se com amigos ou família ou sai com amigos		52	37
Assiste a vídeos ou filmes em casa		52	33
Usa WhatsApp		53	30
Escreve		54	23
Usa Facebook, Twitter ou Instagram		44	24
Lê jornais, revistas ou notícias		32	14
Lê livros em papel ou livros digitais		37	7
Pratica esportes		30	16
Passeia em parques e praças		28	17
Desenha, pinta, faz artesanato ou trabalhos manuais		19	11
Vai a bares, restaurantes ou shows		15	12
Joga games ou videogames		15	9
Vai ao cinema, teatro, concertos, museus ou exposições		9	3
Não faz nada, descansa ou dorme		17	20
<b>MÉDIA DE ATIVIDADES POR ENTREVISTADO</b>		<b>6,6</b>	<b>4,1</b>

Leitores, mais escolarizados e estudantes utilizam o tempo livre de maneira mais diversificada.

Base: Amostra (5.012)

P.08) Quais das atividades que eu vou ler o(a) sr(a) realiza no seu tempo livre? O(a) sr(a) \_\_\_\_\_ sempre, às vezes ou nunca?

Fonte: RLB 4, 2016, p. 235.

A frequência diz respeito à múltipla escolha, com porcentagem em relação ao número total de respostas. Nesse contexto, só há dois momentos em que as atividades de leitores e não leitores se encontram: quando veem TV ou quando descansam. Ainda assim, é possível que o não leitor descanse mais, já que pratica, em média, 2,5 menos atividades que um leitor. Este último, porém, pela diversidade de atividades que realiza, pode ter a leitura como influência para que seja mais sociável, mais aberto a atividades culturais, mais ativo nas redes, mais comunicativo. Porque lê mais, é bastante provável que viva mais, com liberdade e autonomia.

Salientamos no início desta análise que os *Retratos* de 2015 apostavam nas ações relacionadas à internet. Para avaliar o perfil leitor desejado, a pesquisa também procurou analisar esse âmbito especificamente.

## Atividades em geral que realiza na internet: por faixa etária

Respostas estimuladas

(%)	2015	TOTAL	FAIXA ETÁRIA								
			5 a 10	11 a 13	14 a 17	18 a 24	25 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 69	70 e mais
Base: Usou a Internet nos últimos 3 meses		3.165	273	198	383	561	372	629	405	330	14
Trocar mensagens no WhatsApp ou no Snapchat	66		43	57	75	77	73	68	63	57	49
Enviar ou receber e-mails	54		24	33	51	64	66	61	53	51	42
Acessar ou participar de redes sociais, blogs ou fóruns	50		23	39	55	59	54	56	48	46	49
Escutar música	50		48	51	63	61	52	46	39	32	35
Assistir a vídeos, filmes ou TV on-line	48		58	55	60	59	47	43	35	28	44
Trabalhar ou buscar informações sobre trabalho ou profissão	36		17	17	23	38	44	47	42	40	0
Jogar	34		69	59	48	38	27	22	17	15	15
Fazer compras	27		8	12	17	35	38	35	27	25	14

Base baixa

Base baixa

P.69B) E para quais seguintes atividades o(a) sr(a) usa a Internet?

Fonte: RLB 4, 2016, p. 258.

Os destaques em vermelho indicam a menor incidência para cada resposta. Vê-se, assim, que a faixa entre 5 e 10 anos tem menor acesso à rede para quase todos os itens; o que merece destaque é o uso de aplicativos de mensagem, com 43% de frequência entre essas crianças, para além do uso de jogos. Além disso, extrai-se desses dados que há certo equilíbrio entre todos os públicos no uso de redes sociais a partir dos 14 anos, ao passo que atividades relacionadas ao lazer – como música, vídeos, filmes – são mais acessadas por jovens, enquanto e-mails e assuntos profissionais são atividades de adultos. Para todos os públicos, no entanto, é forte a tendência no uso do *WhatsApp*.

Quando o assunto é a leitura realizada especificamente no suporte digital, os dados são bastante distribuídos entre as diferentes idades. A leitura de livros só tem destaque entre os mais jovens, em idade escolar, mesmo com índice bastante baixo. A pesquisa relacionada à literatura acompanha esse viés, o que mais uma vez faz pensar na influência (ou exigência) da escola, abandonada na primeira oportunidade de liberdade.

## Atividades relacionadas à leitura que realiza na internet: por faixa etária

Respostas estimuladas

2015 (%)	TOTAL	FAIXA ETÁRIA								
		5 a 10	11 a 13	14 a 17	18 a 24	25 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 69	70 e mais
Base: Usou a Internet nos últimos 3 meses	3.165	273	198	383	561	372	629	405	330	14
Ler notícias e informações em geral	52	21	25	37	59	56	64	60	59	71
Estudar, fazer trabalho escolar ou pesquisar temas escolares	35	44	57	52	40	29	27	24	19	0
Aprofundar conhecimento sobre os temas do seu interesse	32	13	24	20	35	33	39	39	37	21
Compartilhar em blogs, fóruns ou nas redes sociais sobre literatura, temas de livros, autores, trechos de livros, etc.	19	12	19	20	22	22	19	18	15	19
Ler jornais	16	4	5	5	16	21	21	22	20	23
Ler livros	15	15	19	12	21	18	13	11	11	7
Buscar informações sobre literatura, temas de livros, autores, trechos de livros, editoras, lançamentos	13	7	9	12	16	15	13	13	13	0
Ler revistas	11	4	7	8	12	14	13	11	12	14
Participar de elaboração de histórias coletivas, como Fanfic, por exemplo	2	1	5	1	2	2	3	3	2	0
Não sabe/Não respondeu	6	11	2	8	7	7	4	5	6	6

P.69A) E para quais seguintes atividades o(a) sr(a) usa a Internet?

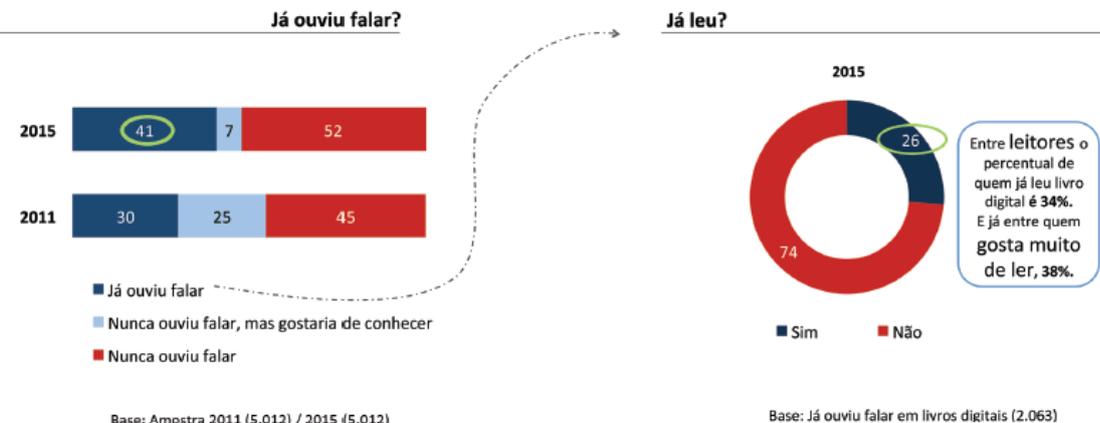
Base baixa

Fonte: RLB 4, 2016, p. 260.

Os baixos índices em relação à leitura de livros talvez sejam chamativos às instituições fundadoras do Instituto Pró-Livro e envolvidas nos *Retratos*, uma vez que a edição de 2015 apostava no perfil do leitor digital pelo uso crescente da internet. A baixa demanda para o livro eletrônico, contudo, não é novidade:

## Livros digitais

(%)



P.70) O(a) sr(a) já ouviu falar de livros digitais, os chamados e-books?  
 P.71) E o(a) sr(a) já leu algum livro digital?

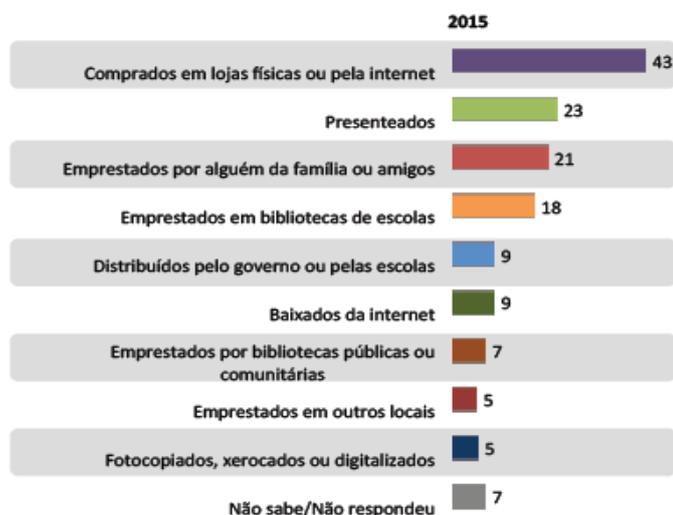
Fonte: RLB 4, 2016, p. 261.

Embora haja um aumento de 11% entre quem ouviu falar e quem não ouviu falar, mas gostaria de conhecer, em 2015 mais da metade do público sequer ouviu falar em livros digitais. O dado à direita ainda revela que apenas ¼ dos que têm conhecimento de fato leram neste suporte, demonstrando que, apesar da conectividade cada vez mais frequente, ao menos até 2015 a leitura digital ainda era uma realidade distante do leitorado brasileiro, seja por inacessibilidade ou por preferência – neste último caso em favor do livro físico, em reiterado exercício de autonomia.

Temos mais uma pista de que a última possibilidade pode ser acertada: entre os leitores, 43% compram seus livros (impressos) em lojas físicas ou na internet, mas apenas 9% baixam *e-books* – como se sabe, único acesso possível para livros digitais, o que serve para todos os suportes *e-readers*, incluindo celulares e *tablets*.

## Principais formas de acesso aos livros

(%)



Base: Leitores (2.798)

P.38) Os livros que o(a) sr(a) costuma ler são \_\_\_\_\_?

Fonte: RLB 4, 2016, p. 266.

Esse dado, entretanto, permite retomar um tópico discutido no início desta análise, que indicava a leitura como privilégio daqueles com maior poder aquisitivo. Tanto mais se lê, quanto melhor posicionado se esteja na escala socioeconômica; e aqui, como se vê, 43% dos leitores compram seus livros, ou ainda recebem presentes (que são comprados por outros). Os empréstimos, apesar da pouca influência externa que recebem, talvez revelem uma rede de colaboração em torno de um mesmo tópico, tema ou obra. A escolha pelo acesso, contudo, volta a reafirmar a autonomia com que leitores e leitoras vão ao encontro do objeto de leitura.

## CONSIDERAÇÕES (E PROVOCAÇÕES) FINAIS

As leituras dos *Retratos* nos revelam diferentes possibilidades para compreender os indivíduos leitores de nosso País. Por subjetiva que pareça a análise, os dados levantados na série histórica apontam para uma pluralidade de interpretações que só pode ser igualada a um denominador comum amplamente defendido ao longo deste texto: a liberdade, a autonomia com que o leitor e a leitora se comportam e interagem com a leitura.

Por essas várias possibilidades, pensamos não ser possível estatizar um perfil leitor unívoco em um retrato. Mesmo que aqui tenhamos sintetizado as ideias do levantamento, os rastros deixados em cada resposta são percebidos como pegadas em um mapa que nos leva a compreender os diferentes comportamentos leitores. Poderiam ser diferentes retratos, mas a autonomia do público e as oscilações entre dados que, no retrato, seriam aproximados, distribuem leitores e leitoras pelo mapa da leitura. Dessa análise, consideramos que

- a) há mais leitores do que não leitores no país. Entre quem lê, são maioria as mulheres, embora os homens também estejam lendo mais. Todos eles encontram-se espalhados equilibradamente em todo o território, embora o Nordeste apresente menor oscilação nos índices de leitura e as regiões Sul e Sudeste possuam crescimento de leitura mais significativo;
- b) lê-se mais quando se é jovem e se está frequentando a escola, embora os dados também sejam satisfatórios quando relativos a quem cursa o Ensino Superior. Crianças e adolescentes leem mais por prazer do que os adultos, que são motivados a ler por razões relacionadas ao trabalho ou ao crescimento pessoal. Têm maior acesso à leitura, no entanto, os indivíduos pertencentes às classes A e B, com maior poder aquisitivo;
- c) tanto para leitores quanto para não leitores a leitura significa crescimento profissional, busca de conhecimento; para os cidadãos com menor renda e classe social, representa a oportunidade para melhorar de vida;
- d) os leitores e as leitoras apresentam comportamento bastante variado de acesso ao livro e à leitura, confirmando autonomia em relação à influência de outras pessoas. Esta, quando ocorre, é maior por parte da mãe, seguida pelos professores e pelo pai. Por conseguinte, quando a mãe lê mais, o filho também lê mais;
- e) lê-se mais literatura quando se é jovem e se frequenta a escola, embora as obras lidas sejam buscadas longe da sua mediação ou indicação; a partir da vida adulta, a busca passa a ser mais técnica, com leituras mais voltadas ao âmbito profissional ou religioso. Em relação à opção dos leitores pelo suporte, ainda predomina a preferência pelo livro físico, em detrimento do digital;
- f) o lugar preferido de leitura é seguramente a casa. Lê-se cada vez menos na escola; por outro lado, confirmando a autonomia do leitor, as leituras passam a ser realizadas em diversos outros espaços, entre os quais se destacam os meios de transporte e o ambiente de trabalho;

- g) leitores e não leitores estão cada vez mais conectados à internet. Advindos de uma cultura audiovisual (dada a frequência com que assistem à TV, em todos os levantamentos), a autonomia se estende à rede, onde os jovens buscam por música e jogos e os adultos por ferramentas de trabalho. Ambos os públicos, porém, estão em grande parte inseridos nas redes sociais.

Tais comportamentos representam um contraponto à ideia de um perfil estático de leitor. Pelo contrário, apresentam leitores e leitoras diversos, com atitudes e escolhas diversas. Assim como o primeiro levantamento, realizado no ano 2000, provocou discussões que permitiram à pesquisa amadurecer e dar frutos no meio do caminho – a exemplo da Lei do Livro, do Instituto Pró-Livro e da pesquisa de parâmetro internacional –, e assim como os *Retratos* certamente continuarão amadurecendo, coadunando-se de acordo com o tempo de cada etapa de sua série histórica, é fundamental que, na academia, faça-se o mesmo. O caminho pode parecer tortuoso, mas cabe olharmos para as diversas pegadas de leitores e leitoras na cartografia da leitura para pensar, com base empírica, em ações efetivas: não apenas para promover a leitura ou vender mais livros, mas para (re)conhecer a autonomia de quem lê (e também de quem não lê) em sua relação com o ato de ler. Com isso, pode-se fazer com que a maturidade, o crescimento pessoal e o conhecimento creditados à leitura e seu significado no imaginário social se convertam em realidades alcançadas, com força motriz na construção de uma sociedade amplamente livre, leitora, consciente e democrática.

## REFERÊNCIAS

- AMORIM, Galeno (org.). Os muitos retratos da leitura no Brasil. *In: Retratos da leitura no Brasil 2*. São Paulo: Imprensa Oficial; Instituto Pró-Livro, 2008. p. 15-28.
- CETIC.BR. **TIC Kids Online Brasil 2016**. Disponível em: <<http://cetic.br/tics/kidsonline/2016/criancas/A4/>>. Acesso em: 11 maio 2018.
- FAILLA, Zoara. Leituras dos “retratos” – O comportamento leitor do brasileiro. *In: FAILLA, Zoara. (org.) Retratos da leitura no Brasil 3*. São Paulo: Imprensa Oficial; Instituto Pró-Livro, 2012. p. 19-54.
- FAILLA, Zoara. Retratos: Leituras sobre o comportamento leitor do brasileiro. *In: FAILLA, Zoara. (org.) Retratos da leitura no Brasil 4*. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. p. 19-42.
- Retratos da leitura no Brasil**. [RLB 1] Disponível em: <<http://www.snel.org.br/dados-do-setor/retratos-da-leitura-no-brasil/pesquisa-de-2001/>>. Acesso em: 6 abr. 2018.
- Retratos da leitura no Brasil 2**. [RLB 2] Organização de Galeno Amorim. São Paulo: Imprensa Oficial; Instituto Pró-Livro, 2008.
- Retratos da leitura no Brasil 3**. [RLB 3] Organização de Zoara Failla. São Paulo: Imprensa Oficial; Instituto Pró-Livro, 2012.
- Retratos da leitura no Brasil 4**. [RLB 4] Organização de Zoara Failla. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.
- SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2014.
- SILVA, Ezequiel Theodoro da. A escola e a formação de leitores. *In: FAILLA, Zoara (org.) Retratos da leitura no Brasil 3*. São Paulo: Imprensa Oficial; Instituto Pró-Livro, 2012. p. 107-116.

Recebido em: 29-04-2020  
Revisões requeridas em: 23-06-2020  
Aceito em: 14-07-2020