

VERSÃO FINAL DO RESUMO ENSINO MÉDIO/TÉCNICO - CIÊNCIAS
HUMANAS, AGRÁRIAS E SOCIAIS APLICADAS

**A ESTANTE IMPORTADA: O REFLEXO DO COMPLEXO DE VIRA-LATA NO
MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO**

Beatriz Auf Der Strasse (beatriz.strasse@escola.pr.gov.br)

André Luiz Montanheiro Rocha (rocha.andre@escola.pr.gov.br)

Cornelio Schwambach (cornelio.schwambach@escola.pr.gov.br)

O mercado editorial brasileiro reflete historicamente uma acentuada assimetria cultural caracterizada pela sobrevalorização de produções literárias estrangeiras em detrimento do acervo autoral nacional. Nas listas de mais vendidos, nas estratégias de marketing editorial e nas dinâmicas de recomendação em comunidades virtuais como o BookTok e o Bookstagram, observa-se a expressiva hegemonia de best-sellers internacionais oriundos, predominantemente, dos Estados Unidos e da Europa. Diante desse cenário, o presente estudo investiga a manifestação do chamado "complexo de vira-lata", conceito originalmente concebido pelo dramaturgo e cronista Nelson Rodrigues para designar o sentimento de inferioridade cultural nutrido pela sociedade brasileira perante influências e produtos exógenos. Embora formulado inicialmente no contexto esportivo, esse fenômeno psicossocial desdobra-se na

compreensão das dinâmicas contemporâneas de consumo e mediação literária. A problemática central da pesquisa busca responder de que modo o "complexo de vira-lata" influencia o comportamento dos leitores e condiciona as escolhas mercadológicas das editoras, concorrendo ativamente para a marginalização e a invisibilidade da literatura brasileira contemporânea. O objetivo geral consiste em analisar os mecanismos pelos quais essa percepção de inferioridade cultural atua na reprodução de disparidades no campo literário, afetando a circulação de obras, a atração de investimentos editoriais e a consolidação de novos autores locais. A fundamentação teórica estrutura-se sobre as contribuições de Pierre Bourdieu referentes às noções de capital simbólico e mecanismos de legitimação cultural, combinadas às reflexões de Néstor García Canclini sobre a globalização, os fluxos de consumo e as culturas híbridas.

Pesquisa básica, exploratório-descritiva e qualiquantitativa. Combina revisão bibliográfica fundamentada em Gil, Bordieu e Canclini com pesquisa de campo via Google Forms sobre a percepção do público. Como resultados esperados e parciais, identifica-se que o "complexo de vira-lata", potencializado pelas lógicas de recomendação algorítmica e pelo apelo de títulos pré-validados internacionalmente, induz o mercado editorial a concentrar seu capital financeiro e publicitário na importação de obras estrangeiras, reduzindo sensivelmente a margem de risco destinada à publicação de talentos nacionais. Ademais, constata-se a internalização de padrões estéticos e socioculturais exógenos pelo público leitor, o que perpetua a falsa premissa de menor sofisticação ou qualidade da literatura brasileira contemporânea. Conclui-se que o "complexo de vira-lata" e a reprodução acrítica das tendências globais impõem barreiras estruturais significativas à diversidade e à soberania cultural do país, demandando a reavaliação consciente das políticas de incentivo à leitura, a democratização dos canais de divulgação e o engajamento coletivo de leitores, críticos e editores na revalorização do patrimônio literário nacional.

Palavras-chave: complexo de vira-lata; mercado editorial; literatura brasileira; capital simbólico; globalização cultural.