

# *Dinâmicas sociais e a construção de preferências de consumo: o mercado de livro no Brasil*

Bárbara Morais

*Universidade Federal do Paraná*

**Resumo:** Devido ao histórico como colônia portuguesa do Brasil, o país só consegue desenvolver um mercado consumidor de livros a partir de meados do século XIX, quando as condições sociais e econômicas se tornam propícias para tal. O produto é introduzido no país como um consumo relacionado às elites e à ascensão social, imagem esta que perdura até hoje, embora equivocada. Os esforços para popularização da leitura são relativamente recentes, o que contribui para um cenário em que o gosto erudito e a visão do livro como arte predomina. Neste artigo, analisamos como o consumo do livro é influenciado por esses fatores, usando um arcabouço teórico de economia institucional original, antropologia do consumo e sociologia. Ao compreender as condições institucionais para seu surgimento e a forma como os valores socioeconômicos posicionam seus consumidores em relação ao mundo, podemos observar como as dinâmicas entre classes sociais influenciam na formação de preferências.

Palavras-chave: consumo, formação de preferências, mercado de livros, socioeconomia, Brasil

**Abstract:** The Brazilian book market only emerges from middle 19<sup>th</sup> century onwards, after the country gains its independency from Portugal and the socioeconomic conditions are favorable, after. Books are introduced in the country as an elite-related consumption and as means of social mobility, a view that still permeates the country, even though it's erroneous. The efforts to make books accessible are relatively recent, which only contributes to the view the erudite taste is predominant and books are seen only as art. In this article, we use a theoretical frame build upon original institutional economics, anthropology of consumption and sociology to try to understand how all these factors contribute to preference formations. By comprehending the institutional conditions that make the existence of a book market possible and how the socioeconomic values serve to position the consumers in the world, we can see how the class dynamics help build preferences.

Keywords: consumption, preferences, book markets, socioeconomics, Brazil

## **Introdução**

O mercado do livro é uma das indústrias culturais mais antigas e uma das primeiras a se industrializar, a partir da invenção da prensa por Gutenberg, no século XVI. No Brasil, a trajetória é mais complexa, sendo associada diretamente com a colonização. Enquanto outros países valorizavam a impressão de documentos por tornar a administração de suas colônias mais ágil, os portugueses não se preocupavam com isso, mantendo o Brasil sem uma prensa oficial até o século XIX e, em períodos, proibindo a impressão e comercialização de livros no Brasil. Apenas com a vinda da família real portuguesa para o Brasil em 1808 que esse mercado começa a se formar de forma legal e sancionada, profundamente associada com os europeus e a ideia de civilização que vendiam para a população.

Neste artigo, nos propomos a analisar como esses fatores influenciam na formação de preferências e nos valores socioeconômicos associados ao consumo de livros no país sob uma ótica que considera o comportamento econômico como sendo moldado pelos valores sociais do indivíduo (Davis, 2008), sem ocorrer de forma isolada. A vida social influencia o indivíduo e seu processo de tomada de decisão depende do emaranhado institucional no qual ele está inserido, que atua como uma arena em que se dão suas ações. As instituições atuam como limitadoras e possibilitadoras das ações humanas, e são compostas por regras coletivas que são seguidas por um grupo de pessoas, além de estarem revestidas de valores socioeconômicos que justificam sua existência.

Identidades sociais são relevantes nessas escolhas. Uma vez que o padrão de consumo pode ser uma maneira de exibir valores socioculturais que alguém considera relevantes (DOLFSMA, 2004), o consumo pode ser uma maneira dos indivíduos passarem mensagens sobre si ou sobre sua vivência. Assim como as pessoas, os bens também estão inseridos num esquema social e possuem valores socioeconômicos associados a si, que são fruto da relação entre todos os bens e da concordância de outros indivíduos (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004). A hierarquia que surge da classificação desses bens é refletida nas pessoas que os possuem. Existe uma hierarquia de consumo e certos bens atribuem mais status a quem os consome que outros, e essas questões também são levadas em consideração na tomada de decisão.

Assim, o consumo dá sentido às relações sociais e pode ser uma maneira de construir uma identidade, tanto por ser uma reflexão material das preferências individuais, quanto por sinalizar como a pessoa quer ser percebida em seus círculos sociais (STARR, 2004). Cosgel (1992) defende que o consumo pode ser retórico, e que as escolhas são baseadas em metáforas, analogias e podem ser parte da narrativa pública que o indivíduo quer mostrar ao mundo, sendo fundamental na construção de sua imagem.

Todo esse contexto social é essencial para a compreensão do consumo de livros no Brasil, que o consumo é visto em partes como algo para poucos, em partes como mera ferramenta de ensino, e os índices de leitura no país são considerados baixos pela opinião pública. Historicamente, a formação do mercado de livros brasileiro só se deu a partir de meados do século XIX, pois é só após a vinda da família real portuguesa que esse mercado começa a se formar de forma legal e sancionada, profundamente associada a os europeus e à ideia de civilização que vendiam para a população. Neste artigo, unimos o embasamento teórico da socioeconomia e do consumo visto como item social com uma análise da formação do mercado de livros brasileiro para identificar a visão de livro e leitura que norteia a formação de preferência do consumidor no Brasil.

## **1) O surgimento de um mercado consumidor de livros**

Existem algumas condições para o surgimento do mercado do livro, que é consequência da convergência entre a criação de uma tecnologia que permite a impressão de textos em escala industrial, a expansão educacional e a visão de que impressos podem ser um mercado lucrativo (ZILBERMAN, 2018). O consumidor de livro, como entendemos hoje,<sup>1</sup> só aparece quando as obras escritas se tornam socializadas, ou seja, se tornam acessíveis a grande parte da sociedade<sup>2</sup>.

A primeira é que a escrita seja aceita como forma de comunicação por grande parte da sociedade - ou seja, se torne uma instituição. Ela precisa fazer parte dos repertórios socialmente aceitos de comportamentos, praticada por grande parte da sociedade, e deve ter uma certa importância atribuída a ela. Chartier (2004a) considera que esse processo se inicia na Europa em algum momento entre o século XVII e XVIII. Zilberman (2018) fala em “escrita vista como propriedade”, indicando que quando a escrita começa a ser aceita como uma forma oficial de assegurar propriedade, ela está consolidada como instituição em uma sociedade.

Lajolo e Zilberman (2020) apontam como o leitor é um fruto direto do surgimento de uma indústria do livro e de sua subsequente popularização, estando diretamente conectado com a consolidação do capitalismo. Logo, sem antes da educação ocorrer de forma massiva, a partir do século XVIII, não se pode falar na existência de leitores. Assim, a alfabetização da população também é um pré-requisito essencial para que exista um público consumidor de livros. A partir do momento em que a escrita se torna uma instituição, a alfabetização, como um todo, entra como um dos critérios de adesão à sociedade moderna. Em um mundo em que tudo de importante e oficial se dá por comunicação escrita, a habilidade de decifrar a escrita é uma necessidade para conseguir exercer seus direitos e ocupar um lugar nas classes sociais mais altas. Há pensadores e intelectuais que defendem que uma pessoa só pode exercer sua cidadania completa quando aprende a ler, e que a leitura pode ser libertadora (ZILBERMAN, 2018).

Esses valores relacionados à civilidade e à liberdade são muito recorrentes quando se trata da leitura, e se estendem a vários aspectos da sua prática. Há uma série de comportamentos sociais atribuídos à leitura (ZILBERMAN, 2018), como a forma de segurar o livro ou os títulos que se deve ler, tornando-a uma atividade que, embora seja feita de forma individual, é guiada pela hierarquia dos bens (DOUGLAS E ISHERWOOD, 2004). O consumo, mesmo solitário, é composto por repertórios de comportamentos socialmente aceitáveis e serve como marcador de classe social.

---

<sup>1</sup> Zilberman (2018) considera o consumidor de livro moderno como o *leitor*, um indivíduo que compra e consome um livro pela sua leitura.

<sup>2</sup> Existem diversos períodos em que a escrita é utilizada de forma generalizada, e o livro não é um objeto que surge apenas com a invenção dos tipos móveis por Gutenberg. Mas em todos esses períodos, da antiguidade até a idade média, eram poucos os livros existentes e poucas as pessoas capazes de lê-los, tanto por não ter o conhecimento necessário para a leitura quanto por não ter acesso aos livros, que eram muito restritos (LAJOLO; ZILBERMAN, 2020).

Com efeito, há um caráter de ascensão social relacionado à leitura de livros. As condições de emergência do mercado do livro coincidem com a consolidação de uma classe ociosa urbana e movida pela acumulação pecuniária. Lajolo e Zilberman (2020) apontam como o crescimento do público leitor está relacionado com a valorização do lazer como atividade aceitável. Essa ideia conversa com Veblen (1899), que aponta como a abstenção do trabalho é vista como mérito, uma marca de riqueza, e que há uma valorização do gasto de tempo com atividades não produtivas, um ócio honorífico que sinaliza o poder pecuniário de quem o exhibe. A leitura entra como atividade válida neste contexto: o tempo que se passa longe da visão da sociedade deve ser gasto de forma convincente, e para isso existe uma lista de atividades e conquistas que são consideradas válidas. Adequar-se a esses parâmetros pode aumentar a distinção de alguém na sociedade.

Apesar de sua associação com a classe ociosa, a leitura que é feita por prazer, para mero entretenimento, é vista como perda de tempo ao longo da história. O consumo de lazer deve ser relacionado a consumos que trazem distinção e status e, assim, existem listas de títulos cuja leitura é considerada digna, e os títulos que não fazem parte delas são vistos como menores, incapazes de atribuir status a quem os consome, logo, um desperdício de tempo. Os livros que se posicionam como menos dignos em geral, direcionados para a leitura por diversão pura e simples, são mais próximos da tradição oral do que as outras. O livro surge de uma evolução da tradição oral de passagem de conhecimento e contação de histórias e, em geral, quanto mais próximo da oralidade, maiores as chances de uma obra ser considerada como uma leitura não sancionada (LAJOLO; ZILBERMAN, 2020).

Entretanto, essas obras mais próximas da tradição oral normalmente despertam mais interesse nos leitores em formação, que procuram histórias como as que estão acostumados e que instigam a imaginação. Elas compartilham partes em comum com as referências de consumo que já possuem. Scitovsky (1992) nota como são necessários níveis de redundância e novidade para que alguém aproveite uma atividade e tais obras permitem que novos leitores aproveitem a leitura, utilizando seu conhecimento prévio das histórias da tradição oral, mesmo que o suporte e a apresentação sejam diferentes. Essas obras existem numa esfera diferente da produção chamada de erudita e possuem dinâmicas diferentes de reconhecimento e distinção.

Bourdieu (2011) observa que existe uma diferença entre o campo de produção erudita e o que chama de indústria de bens culturais. O primeiro é feito por produtores de conteúdo cultural, voltados para outros produtores culturais, socialmente validados como a cultura legítima, a arte “verdadeira”. Adotam um conjunto de regras e normas sociais próprios para avaliar os seus produtos, com um padrão estético único, e o reconhecimento só é concedido a quem as seguem. Por outro lado, a indústria de bens culturais é destinada a não-produtores de bens culturais, obedecendo às leis de concorrência e buscando conquistar o maior mercado possível. É a cultura média e, ao contrário das

obras do campo erudito, dificilmente atingem um patamar de legitimidade cultural nas primeiras décadas de publicação. Por isso, são vistas como inferiores e menos legítimas pelas classes mais altas, e não são reconhecidas como arte ou como uma leitura cujo investimento de tempo em seu consumo é válido.

O conjunto de normas e títulos que é usado para julgar consumos culturais diversos e aparecem na distinção dos diversos mercados culturais é o capital cultural, que consiste em uma acumulação de conhecimento relacionado às artes e às atividades intelectuais como um todo, adquirido através da educação e criação (TRIGG, 2001). Nas classes mais altas, traz consigo um gosto estético, e o que serve de referência principal para o resto da sociedade é o desenvolvido por elas; além de atuar como uma exigência de filiação a essas classes (BOURDIEU, 2006). O treinamento para compreender e julgar o gosto aceitável e o inaceitável contribui para a construção das preferências, e diferentes níveis de treinamento resultam em diferentes tipos de consumo.

No fim, para que se haja o surgimento de um mercado leitor, a leitura precisa estar na gama de atividades sancionadas pela classe ociosa, com um capital cultural mínimo associado à atividade.

É possível apontar, então, três pré-requisitos necessários para o surgimento de um mercado consumidor do livro, baseado no que é proposto por Zilberman (2018) e em conceitos da socioeconomia:

- 1) A escrita enquanto instituição, utilizada como forma oficial de comunicação;
- 2) O ensino da escrita e da leitura de forma generalizada, com uma grande parcela da população sendo letrada;
- 3) A leitura ser considerada uma atividade socialmente aceitável e digna da classe ociosa, criando um fenômeno de emulação e atribuindo esses valores de distinção ao consumo de livros.

No Brasil, podemos observar claramente como esses aspectos se combinaram para formar um mercado livreiro e a maneira que a formação tardia desses fatores o influencia até hoje.

## **2) A formação do mercado de livros do Brasil**

No Brasil, o mercado do livro se forma apenas a partir do século XIX, sendo o consumo do livro introduzido na sociedade brasileira associado a valores de civilidade e de autoridade que persistem até hoje. As condições para o consumo do livro foram desfavoráveis por muito tempo para grande parte da população, criando a impressão de que era um consumo reservado apenas para as classes mais altas, que tinham acesso à educação, algo que foi apenas reforçado pelo mercado por muito tempo.

Porém, é impossível compreender esse surgimento sem considerar as heranças coloniais portuguesas. O critério de instalação da imprensa nas colônias do país dependia muito da natureza da

exploração daquela colônia — enquanto algumas posses asiáticas e africanas, focadas em comércio, tinham certo grau de autonomia e precisavam da imprensa, esse não era o caso do Brasil<sup>3</sup> (HALLEWELL, 2017). Até 1808, o estado geral do Brasil era de privação, causada pelas séries de restrições impostas por Portugal (IDEM, 2017) e pela proibição da instalação de imprensa<sup>4</sup>, além do controle dos títulos que podiam ser importados. A imprensa era vista como perigosa e os poucos livros que circulavam na colônia e não estavam na lista de títulos permitidos eram obtidos por meio de contrabando. A educação era igualmente precária. Após a expulsão dos jesuítas de todos os territórios portugueses<sup>5</sup>, em 1759, as poucas escolas que existiam em território brasileiro foram desmanteladas. A educação se tornou acessível apenas aos mais abastados, que conseguiam estudar no exterior. A maior parte da população era analfabeta, e as práticas de leitura são muito difíceis de se disseminar de forma intensa e consistente (LAJOLO; ZILBERMAN, 2020), embora existam registros de leitores no período.

A situação no Império Português era tal que até a própria metrópole enfrentou problemas. Após a revolução francesa, os temores de uma revolta que viesse a derrubar a monarquia em Portugal fez com que o controle da imprensa se acirrasse. Enquanto em outros países, como a França, edições populares como a Biblioteca Azul, feitas especificamente para atrair e formar leitores, circulavam desde o fim do século XVII (CHARTIER, 1998), Portugal tinha uma circulação muito menor e mais controlada de livros. Na colônia, além da impressão ser ilegal e da importação ser controlada, livros sequer podiam ser herdados e eram inventariados com cuidado, passando à custódia do governo (RIBEIRO, 2012).

Após a vinda da família real portuguesa para o Brasil, em 1808, o cenário se transformou, principalmente no Rio de Janeiro. A imprensa tornou-se essencial para que o centro da administração do Império Português funcionasse de forma fluida, e a Imprensa Nacional, montada a partir do prelo trazido acidentalmente durante a fuga de Portugal (HALLEWELL, 2017), é instalada para esse fim. A partir daí, começam a se estruturar as condições para o surgimento de um mercado do livro — não só passa a existir uma infraestrutura para a impressão de livros, mas a escrita passa a ter uma maior relevância e importância na sociedade colonial.

---

<sup>3</sup> Este cenário é bem diferente da realidade das outras colônias da América. O século XVIII é um século de modernização administrativa e instalação da imprensa nos lugares onde ela já não existia - na América espanhola, México e Peru já tinham imprensa oficial desde o primeiro século de colonização, mas a Espanha também instala impressas em Cuba, Argentina e Chile durante o período; prelos também são instalados nas colônias inglesas, como Jamaica e Barbados. É apenas a América Portuguesa que se mantém com uma administração que prescinde a imprensa, com a proibição persistindo até o início do século XIX.

<sup>4</sup> É importante notar que embora oficialmente não fosse permitida a instalação da imprensa, existiam prelos ilegais e outros métodos não industriais para confecção de livros, mas nada com robustez suficiente para possibilitar o surgimento de um mercado em torno de sua produção.

<sup>5</sup> Os jesuítas foram os maiores responsáveis pela educação nos primeiros dois séculos da colônia portuguesa, e tinham bibliotecas com um acervo gigantesco, mesmo que não tivessem um prelo tipográfico. A técnica da xilogravura era muito utilizada nessa época (HALLEWELL, 2017). As bibliotecas jesuítas foram destruídas após sua expulsão.

Ainda assim o receio com o poder da palavra continuava presente e a Imprensa Nacional atuava como monopólio, sendo a única responsável por todos os impressos (LAJOLO; ZILBERMAN, 2020). Até 1821, os títulos disponíveis eram limitados e restritos, e apenas após a Revolução do Porto e a promulgação de uma nova constituição portuguesa, que o monopólio e a censura são suspensos, possibilitando o surgimento de outras tipografias e uma diversificação dos títulos oferecidos no mercado (idem, 2020). Ao mesmo tempo, há uma melhoria na situação educacional do país. Há a abertura de universidades e de colégios militares, que possibilitam que homens brancos de classes mais baixas pudessem se escolarizar, e surge uma preocupação em fornecer livros adequados à sua educação. Escolas primárias são abertas de maneira improvisada, com professores mal qualificados e instalações precárias, e o Estado se preocupa mais com a situação do Rio de Janeiro do que do resto do país e esse cenário persiste após a Proclamação da Independência.

Assim, Lajolo e Zilberman (2020) apontam que só por volta de 1840, no reinado de Dom Pedro II, o Brasil começa a ter as condições básicas para a formação de uma sociedade leitora, tanto pela infraestrutura de produção e circulação de livros, quanto pelo aumento da escolarização, que possibilita a formação de um público leitor. A junção destes fatores forma uma estrutura que faz com que o negócio do livro seja uma atividade legalizada e possivelmente lucrativa. Entretanto, esse movimento é mais centrado na capital do país e em outras grandes cidades, principalmente relacionado às classes mais altas e à busca por ascensão social<sup>6</sup>.

### 3) O surgimento do consumidor de livros

Vários servidores públicos de alto escalão os acompanharam a Corte portuguesa, e trouxeram seus hábitos de consumo (HALLEWELL, 2017). Com isso, há uma mudança no perfil das classes mais altas brasileiras, dos modelos de comportamento a serem emulados e do padrão de riqueza desejável. O comportamento dos portugueses passa a ser considerado mais sofisticado do que o da população brasileira rica que aqui habitava, principalmente no Rio de Janeiro. Assim, a hierarquia de gostos e práticas é reorganizada, com a introdução de um novo *habitus* considerado de maior prestígio em relação aos demais. Essa dinâmica permanece mesmo após a independência do país, em 1822.

Um *habitus* é tanto meio quanto modo de atuação, e consiste em um conjunto de práticas compartilhadas que constituem um estilo de vida (BOURDIEU, 2006). Atua tanto como gerador de práticas, quanto como sistema para sua classificação, e é o que sistematiza o conjunto das práticas de

---

<sup>6</sup> Isso não significa que outras regiões não tenham acesso à leitura – Chartier (1998) observa como medir a quantidade de leitores pelas taxas de alfabetização pode levar a interpretações equivocadas, porque por muito tempo a escrita e a leitura foram ensinadas de formas distintas, como duas habilidades diferentes – mas se possuem acesso, é em um volume muito menor do que para a população de grandes centros urbanos.

um grupo de agentes que vêm de condições semelhantes. Vale destacar que os *habitus* são diferentes dos hábitos como descritos na economia institucional, pois os primeiros são conjuntos de práticas e de classificação, que podem ser compostos por conjuntos de hábitos, mas são escolhidos dentro das condições de existência observáveis para destacar os integrantes daquele *habitus* em relação às outras pessoas. Existem, em essência, a partir da oposição a outros *habitus*, que contêm diferentes estilos de vida. As características que se atribuem ao se julgar e caracterizar um grupo não são apenas características, mas sim uma tentativa de dar nome a um conjunto de comportamentos validados pelo grupo que surge a partir dessa característica principal.

O *habitus* da elite brasileira se constrói em oposição aos *habitus* das classes mais baixas do país, está última composta em sua maioria por africanos, negros, indígenas e seus descendentes, muitas vezes escravizados. Após a Proclamação da Independência, o objetivo tornou-se posicionar a imagem do país como uma nova e moderna nação, relacionando à classe governante uma série de comportamentos e consumos que são parte do projeto de construção nacional do Estado Monárquico, que se posiciona como o portador do projeto civilizatório (SCHWARCZ; STARLING, 2015).

O padrão de consumo praticado pela realeza e as classes mais altas do país adquire um papel importante na construção da imagem não só dos indivíduos dentro da Corte, mas também a do país no exterior. Bens carregam significados públicos, e os indivíduos usam o consumo como uma forma de dizer algo sobre sua vivência e identidade (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004). , O consumo também pode ser entendido como retórico, os bens representando significados que compõem a narrativa pública que o indivíduo quer mostrar ao mundo (COSGEL, 1992), fundamentais para a construção de sua imagem na sociedade. Assim, o padrão de consumo pode ser uma forma de exibir os valores socioculturais que um indivíduo acha importante, ajudando a construir sua identidade e a sinalizar o grupo do qual faz parte (DOLFSMA, 2004a). No Brasil do século XIX, o consumo de bens relacionados a países e a práticas ditas “civilizadas” se encarregou de traduzir os valores socioculturais considerados mais importantes para a Coroa e posicionar a nação recém-independente em relação às outras. Nesse período, existia a crença de que o ápice da civilização era a Europa, e que as demais nações precisavam passar por certos estágios para chegar lá (BARBATO, 2015). Assim, tudo o que vem da Europa é considerado bom, porque aproxima o povo brasileiro desses estágios mais avançados de civilização. E, em oposição a essa ideia de civilização, que era europeia, branca e urbana, está o resto do país.

Dentro do conjunto de práticas e bens considerados civilizadores, a escrita e a leitura assumem um papel importante como determinantes da participação nesses círculos da sociedade. A capacidade

de decifrar a palavra escrita e a alfabetização são critérios de adesão a uma sociedade em que a escrita tem um papel legal e essencial para que se ocupe as classes mais altas da sociedade<sup>7</sup>.

No reino de Dom Pedro II, o consumo de bens culturais adquiriu ainda mais prestígio. Como os títulos nobiliárquicos, à exceção do Imperador e sua família, não eram hereditários, e o acúmulo pecuniário, associado à burguesia e aos novos ricos das oligarquias paulistas, não era visto como honrado pela nobreza, restou-lhes apenas o consumo de bens culturais como forma honrada de ostentar sua reputação (HALLEWELL, 2017). Assim, nesse período, o capital cultural atua como um portão de acesso a um clube composto pela elite do país, e qualquer pessoa com o nível de educação adequado podia participar. Esse capital cultural traz consigo um gosto estético, e aquilo que serve de referência para o consumo da classe média é desenvolvido pelas classes mais altas.

Aqui vemos o mecanismo da emulação em ação: a educação e o consumo de bens culturais eram o suficiente para fazer com que pessoas de classes mais baixas tivessem a possibilidade de ascender socialmente, seja através do casamento ou através da profissão – por meio do ensino superior. Com esse acesso ao sistema educacional, por mais precário que seja, leitores são formados, e, além de alfabetizar, o sistema educacional também ensina as competências para que se reconheça os gostos mais aceitáveis (BOURDIEU, 2006), através da mediação de títulos de leitura para os alunos. No Brasil do século XIX, as escolas superiores foram grandes responsáveis por disseminar o hábito de leitura (LAJOLO, ZILBERMAN; 2020) e incentivaram o mercado do livro com suas necessidades de material didático que as servisse.

Além do aprendizado, esse capital cultural também é herdado e, por mais que se adquira o capital cultural da escola, também se adquire o de sua classe social, em casa. Nesse ponto, a educação feminina e a leitura feminina entram como um aspecto importantíssimo, e um dos argumentos para que se alfabetizasse mulheres era que elas eram as primeiras a educar e transmitir ensinamentos às crianças (LAJOLO, ZILBERMAN; 2020). Assim, há um intenso escrutínio quanto às obras consumidas por mulheres e crianças, com diversos títulos que são considerados como perda de tempo ou até mesmo proibidos, por não terem um conteúdo pragmático que se adequasse às normas de distinção social. Há uma grande preocupação com a ‘degeneração moral’ desses leitores que são considerados como extremamente suscetíveis ao que leem, e é dada preferência a leituras mais pragmáticas, com conteúdo mais utilitário. Os livros didáticos são, em sua maioria, voltados ao ensino da moral, virtude e boas maneiras (idem, 2020).

Apesar disso, na cidade do Rio de Janeiro do fim do século XIX e início do século XX, a leitura não era mais apenas um privilégio dos mais abastados, estando presente no cotidiano da classe

---

<sup>7</sup> No Brasil oitocentista, há um claro viés sobre quem pode participar ou não desse processo de civilização. Por exemplo, a Academia Militar, aberta em 1832, tinha um sistema de admissão que não distinguia classe social, possibilitando a ascensão social — entretanto, nos primeiros anos após sua fundação, só aceitava alunos brancos.

média e de outros trabalhadores que tinham letramento (FAR, 2006). Os livros lidos pela massa não eram considerados do mesmo patamar de honra e distinção que os títulos que eram lidos pelas classes mais altas, tampouco este tipo de leitor correspondia à imagem do consumidor ideal.

Com a Proclamação da República, no fim do século XIX, há uma modificação da estrutura de poder. O Exército e a oligarquia de fazendeiros paulistas passam a representar um novo grupo de valores e hábitos de consumo, que antes eram desprezados pela nobreza. Substitui-se, então, a influência cultural da França pela focada em trabalho dos Estados Unidos. Essa substituição também coincide com uma maior ênfase em livros didáticos (HALLEWELL, 2017), na época, dando ao livro um caráter ainda mais utilitário. Apesar das novas regras e de novos modelos de ensino, a educação continua precária e não há muita preocupação em fazer livros didáticos infantis que despertem o interesse nos jovens.

Ainda assim, essa mudança de referencial não é total, nem ocorre do dia para noite. A estrutura de valores de uma sociedade não se modifica de forma abrupta e completa, e as classes mais altas tendem a ser mais conservadoras, por estarem numa situação que as protege. A ideia de civilização no país, então, continua atrelada à Europa, e a ideia de que o Brasil urbano era como um entreposto europeu, uma ilha de civilidade num país semisselvagem (IDEM, 2017) é algo que continua a existir na classe dominante do país, com mais intensidade na primeira metade do século XX. Muitos autores continuavam se dirigindo às classes mais altas, como ilustra Nelson Palma Tavares (1878), citado por Hallewell (2017, p. 117):

[...] cidadão respeitável que andava de preto, usava chapéu coco, marchava lentamente, falava pausadamente, merecia todo o conceito e todo o respeito. A linguagem dos livros devia ser sonora; os assuntos sempre muito sérios, deviam ser tratados com o vagar e a gravidade exigidos pela fina educação.

Esse perfil do leitor ideal era muito diferente do povo, e os livros ainda eram codificados com esses temas e essa aura de elitismo, posicionando-se de forma quase inatingível mesmo para a população letrada. O início do mercado do livro nos moldes que conhecemos hoje, buscando um público abrangente e diverso, não só composto de uma elite ilustrada, só se deu a partir da década de 1920, a partir da atuação de Monteiro Lobato. Enquanto autor, publica obras que se aproximam mais da cultura oral da população, retratando cenas e personagens do interior, e, enquanto editor, demonstra uma preocupação em formar um mercado no país inteiro, apresentando um novíssimo produto, o livro (HALLEWELL, 2017), e não se concentrando apenas no Rio de Janeiro, São Paulo e demais grandes cidades. Busca atingir novos pontos de venda e inovar em temáticas, com obras que falam mais com o povo, buscando autores novos que não se enquadravam nos moldes da elite antiquada. Também faz propagandas em jornais, com um modelo de venda completamente diferente do que era feito até então, dando os moldes de como seria o mercado do livro durante o século XX.

Seu foco em literatura infantil também foi uma novidade, com livros que conversavam com os leitores e foram responsáveis pela formação de uma parcela do mercado consumidor, além de garantirem uma boa renda com vendas do governo.

Vemos, assim, que temos cerca de cem anos desde as primeiras tentativas de tornar a literatura mais acessível para uma parcela maior da população. É um tempo relativamente curto quando comparado com outras nações, inclusive da própria América Latina, e as visões complexas do papel dos livros, de quem deve e quem não deve consumi-los, da melhor maneira de consumo, de como constroem uma imagem e uma identidade persistem até hoje, em maior ou menor grau. Há um grande teor de valores classistas e racistas na introdução da cultura das classes ociosas europeias como forma de “tornar um povo civilizado”, e esse tipo de valor ainda é associado à leitura com frequência. O livro como caminho para mudança pessoal e para melhorar na vida também é um aspecto muito presente no imaginário do brasileiro; bem como a ideia de que existem leituras que são inadequadas e que podem levar a falhas morais.

Até mesmo as mais altas entidades relacionadas ao mercado do livro exibem alguns desses comportamentos e, na seção seguinte, iremos explorar alguns desses aspectos.

#### **4) *Livros comerciais e Livros Literários***

O consumo de livros e a leitura são práticas que possuem repertórios de comportamento aceitáveis e significados próprios, e estes se transformam ao longo do tempo. A associação entre leitura, conhecimento e poder é bem antiga e antecede o surgimento de um mercado do livro — remontando ao período em que os livros eram raros e estavam em posse apenas de autoridades religiosas, políticas ou econômicas. O livro atua como um poder, e o poder sobre o livro é um tipo poder (BOURDIEU; CHARTIER, 2011). Por isso, há o interesse por parte das classes dominantes em controlar o quê se lê, quem lê e como se lê. Esse controle também se revela através das dinâmicas de julgamento da leitura e de níveis de capitais culturais.

Em produtos como livro, a respeitabilidade de seu consumo vem, em geral, por meio de testes, de listas de obras válidas (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006), que confirmam que o tempo livre foi gasto de forma produtiva e proveitosa, com títulos que são aprovados. O prestígio e respeitabilidade percebidos pelos indivíduos se modifica conforme o capital cultural aumenta — para quem tem menor escolaridade, por exemplo, e não conhece as listas de títulos respeitáveis, qualquer leitura traz algum nível de importância para quem a faz e torna quem lê “inteligente”. Conforme o repertório de material e de referências vai aumentando e se modificando, principalmente com a escolarização, os julgamentos vão ficando cada vez mais complexos, e os títulos consumidos começam a carregar mais peso do que a atividade em si. Dependendo da classe social e do *habitus* que alguém pertença, ler

certos títulos é sinal de ignorância. Por outro lado, em alguns círculos sociais, comentar que leu alguns títulos com maior distinção em outro grupo pode taxar alguém de esnobe ou pretensioso.

A Literatura que é ensinada na escola é composta da ficção que é considerada respeitável e faz parte do capital cultural que vem da educação formal é a que serve de parâmetro base para todo mundo que passa pela escola<sup>8</sup>. Mas apenas o capital cultural adquirido na escola não é suficiente para trazer distinção no consumo, como explicado por Bourdieu (2006). As outras obras que compõem o que se chama de gosto erudito são decididas por dinâmicas de consagração que envolvem premiações, membros da academia, críticos especializados, autores e outros membros da produção erudita, todos participantes do que Bourdieu (2006) chama de nobreza cultural.

A hierarquização dos títulos leva a hierarquizações dos consumos, e os gostos que as pessoas exibem acabam sendo marcadores de sua classe social. Os mecanismos de transmissão de gostos fazem com que as classes mais baixas emulem o comportamento das classes mais altas (TRIGG, 2011), a dita “nobreza cultural” — que, neste caso, despreza os livros mais populares e acessíveis — e faz com que a classe média tente emular os hábitos dessa elite. O problema é que na dinâmica de consagração de títulos, os livros que possuem distinção muitas vezes exigem um capital cultural específico para decifrar os parâmetros estéticos (BORDIEU, 2006), um tipo de treinamento que muitas vezes é difícil de atingir para a classe média, tanto por questão de tempo disponível para o consumo quanto por questão de acesso aos títulos. Por outro lado, as classes trabalhadoras tendem a rejeitar os consumos da nobreza cultural, criando seus próprios gostos e seu próprio capital cultural (IDEM, 2006).

Conseguimos ver esta relação claramente quando se observa o prêmio mais importante de literatura brasileira, o Jabuti, organizado pela Câmara Brasileira de Livros (CBL), o órgão mais importante do mercado do livro. Por anos, contava apenas com uma categoria para ficção longa, que contemplava os livros que eles denominavam como "Romance Literário". A partir da edição de 2020, os livros que se enquadram nessa categoria são descritos pelo Prêmio Jabuti (2020, n.p.) como:

Narrativa ficcional em prosa, geralmente longa, cujo enredo se desenvolva relacionando personagens numa sequência temporal. Podem narrar sobre todo tema e sob qualquer enfoque. O júri desta categoria irá avaliar as qualidades do texto, privilegiando a forma, a arte literária.

As obras contempladas nessa categoria são as que entram nos sistemas de validação da produção erudita como proposto por Bourdieu (2011) e devem seguir o padrão estético pré-

---

<sup>8</sup> São os clássicos, como os autores ganhadores do Jabuti citados anteriormente, além de autores considerados bases da literatura brasileira, como José de Alencar, Machado de Assis, Aloísio Azevedo, Raquel de Queiroz, etc. Ele não inclui os títulos mais recentes — dificilmente um aluno estudará Maria Valéria Rezende, ganhadora do Jabuti de 2015, na escola nos próximos 10 anos — e sim os que já foram consagrados pelos eruditos e consolidados como clássicos academicamente.

estabelecido para atingir um patamar de respeitabilidade. Ganhar esse prêmio assinala um reconhecimento dos pares, de outros eruditos e estudiosos, e grandes autores brasileiros que hoje são considerados clássicos já ganharam o prêmio, como Jorge Amado, Erico Verissimo, Clarice Lispector e Lygia Fagundes Telles. Paulo Coelho, entretanto, nunca sequer foi indicado ao prêmio apesar de ser o autor brasileiro mais vendido e lido no mundo até hoje.

Porém, a partir de 2020 o Prêmio Jabuti (2020, n.p.) passa a incluir uma categoria chamada "Romance de Entretenimento", que contempla obras em que há uma:

Narrativa ficcional em prosa, geralmente longa, cujo enredo se desenvolva relacionando personagens numa sequência temporal. Aqui devem ser inscritos, principalmente, os romances de gênero, de entretenimento, quando se considerar que a obra é voltada para um público mais amplo. Por exemplo: policial, ficção científica, terror, romance sentimental/de amor, humor, suspense, aventura, fantasia, entre outros. O júri desta categoria irá avaliar as qualidades do enredo, privilegiando o conteúdo, a trama.

A oposição entre as categorias é visível em suas próprias descrições. O romance de entretenimento contempla um “público mais amplo” e se foca nas “qualidades do enredo”, enquanto o romance literário é focado nas “qualidades do texto, privilegiando a forma”. As categorias tem padrões estéticos e parâmetros de julgamento completamente diferentes e uma corresponde ao mercado de bens simbólicos; e a outra, à produção erudita. O reconhecimento da nova categoria vem como um esforço do prêmio de incluir as obras do mercado de bens simbólicos e na nota de esclarecimento lançada na ocasião da criação da categoria, existem vários aspectos interessantes que ressaltam como as obras ditas “comerciais” são vistas pelos eruditos e intelectuais do país. Almeida (2020, n.p., grifos da autora) explica como foi o processo:

Sobre o nome

Ao iniciarmos as conversas, uma das maiores dificuldades foi escolher um nome para a nova categoria. Romance de Gênero, de Entretenimento, comercial foram as opções.

De Gênero, pouca gente conhece o termo, que começou a ser citado apenas recentemente por alguns autores no Brasil, com destaque para Raphael Montes<sup>9</sup>, em sua coluna de O Globo.

**Comercial, a todos soava pejorativo. No mercado internacional, o preconceito com “comercial” não existe, mas foi unânime esse pensamento aqui.**

Romance de Entretenimento nos pareceu mais adequado. Não traz a carga que tem o romance comercial e nem o desconhecimento do termo romance de gênero. E o melhor: há diversos estudos acadêmicos publicados explicando o termo.

O termo “comercial”, o qual os diretores da maior entidade representante do livro no Brasil consideram pejorativo, é atrelado ao mercado de produção de bens culturais e relacionado às obras mais populares, que figuram nas listas de mais vendidos, em revistas de bem-estar e constam em destaque em livrarias, cuja popularidade depende muito do investimento em marketing que é feito no

título por parte das editoras. Prêmios aos moldes do Jabuti são uma forma de atribuir respeitabilidade a um título e legitimá-lo perante um campo de produção erudito, o que torna o termo *comercial* inadequado já que agrega diversos valores que são opostos aos que esse grupo acredita.

Vemos, com este caso, como a mentalidade de que livros que são acessíveis e disponíveis à uma grande parcela da população são inferiores e menores está presente até nas mais altas entidades representantes do mercado do livro no Brasil. O livro ainda parece ser algo que deve ser para poucos, para o leitor ideal que é culto, rico, estudado, e tudo que não se enquadra com essa visão é uma ofensa à produção erudita. Por estar tão preso aos padrões estéticos da erudição, o mercado parece existir em uma esfera diferente da população em geral.

Entretanto, fica claro que há um avanço dos gostos estéticos das classes que não fazem parte da nobreza cultural, evidenciado pela própria criação da categoria no prêmio. Ao começar a reconhecer esses títulos e a premiá-los, a CBL demonstra que existe um avanço da valorização dessas obras no mercado brasileiro.

## **5) Os *Habitus* de consumo brasileiro**

Enquanto em outros países esse processo de popularização e construção de um capital cultural próprio da classe trabalhadora quanto aos livros ocorreu ao longo de séculos, no Brasil isso só começa a ocorrer de forma mais sistemática a partir de 1920, com o início da mudança na forma de vender livros e dos formatos e histórias publicados, com os livros sendo ofertados a uma parcela maior da população, saindo da esfera urbana e do eixo Rio-SP que costumava concentrar a produção e distribuição (HALLEWELL, 2017). Ainda assim, ela se dá em grande parte por meio de políticas públicas voltadas à leitura, que ocorrem em grande parte por meio da escola, e só começam a acontecer a partir da década de 1930, com a criação do Instituto Nacional do Livro por Getúlio Vargas em 1937. Neste contexto, o principal contato da maior parte das pessoas escolarizadas com o consumo de livros por muitos anos, independente de classe, passa pela escola e está coberta dos julgamentos estéticos da produção erudita. A distinção entre a leitura respeitável e a leitura menor influencia na formação do hábito de leitura, o que impacta em seu consumo. A leitura pragmática, que é responsável por educar e civilizar, que traz consigo uma carga de valores e de comportamentos esperados, muitas vezes é feita por obrigação e não incentiva a continuidade do consumo. Nesse caso, a escolha de títulos para esse tipo de leitura em geral não incentiva o interesse pela atividade, e a obrigação faz com que o indivíduo não crie autonomia em seu consumo e seja tutelado pelos outros.

Assim, temos que as leituras apresentadas na escola e lidas por obrigação dificilmente formam leitores; e as leituras que são populares e produzem prazer dificilmente circulam em ambientes sancionados, como a escola. Assim como a leitura poderia ser vista como algo que engrandecia a

pessoa e a elevava ao status de civilizado, uma leitura considerada ‘errada’ poderia corromper e desvirtuar quem lia. Não era uma percepção exclusiva do Brasil nessa época - durante todo o século XIX existem incontáveis discussões na Inglaterra sobre a degeneração moral que livros mais baratos e com casos de assassinato escandalosos causariam sobre as pessoas, sobre como obras de horror poderiam influenciar negativamente os leitores mais jovens e como romances sentimentais poderiam criar ilusões nas mulheres e torná-las tolas (SPRINGHALL, 1994).

Essa proibição e censura ocorre mais pesadamente com crianças e jovens, que ainda estão em processo de aprendizagem dos repertórios de comportamento, de valores sociais e de hábitos de pensamento da sociedade. Bourdieu e Chartier (2011) notam como o conteúdo dos livros é capaz de modificar visões de mundo e práticas cotidianas, formas de pensar, “(...) o poder simbólico, o poder de agir sobre as estruturas mentais e através delas, nas estruturas sociais” (n.p.). Por meio do livro, pode-se transformar a visão do mundo social, e através dessa visão de mundo, transformar o próprio mundo social (idem, 2011). Os livros carregam hábitos de pensamento e conjuntos de valores que podem ajudar um indivíduo a se reconstituir e modificar suas ações ou reforçar padrões já existentes. O conhecimento escrito pode servir tanto para ensinar padrões de comportamento aceitáveis como para adicionar informações ao fundo para resolução de problemas da sociedade; ele pode carregar em si valores cerimoniais e valores instrumentais. Segundo Chartier (2004b, p.49), os livros e manuais podem transmitir um “código de funcionamento em estado prático, feito de adaptações espontâneas, subtraídas em grande parte à consciência, às situações diversas com as quais o indivíduo pode ver-se confrontado”. Justamente por essa visão do livro enquanto conhecimento, enquanto objeto passível de moldar ídolos e morais, vem a preocupação quando a leituras “válidas”.

A questão é que, nessa faixa etária, antes do gosto e da curiosidade natural serem substituídas pela estética e o gosto imposto pela escola como o correto, é natural que busquem o prazer e o estímulo que vem de uma boa aventura sem compreender os significados sociais que estão relacionados àquela leitura e as consequências daquele consumo. Até hoje, a pesquisa Retratos da Leitura (2020) indica que conforme a escolaridade aumenta, a porcentagem de consumo de livros por gosto diminui. Essa censura muitas vezes ocorre tanto no ambiente familiar quanto no ambiente escolar.

A escola e a família são os principais meios sociais em que crianças e adolescentes circulam, por exemplo, e o que se desenrola nesses ambientes entra no repertório de comportamentos do indivíduo. O consumo de livros através da leitura é um hábito e o processo de aprendizado desse consumo é baseado em observação — é através dela que os indivíduos adquirem os repertórios de comportamento que compõem a leitura e o que é aceitável ou não nessa prática; e como no aprendizado de qualquer outro hábito, depende dos grupos e dos repertórios de comportamento socialmente aceitos. Um ambiente familiar pouco propício à leitura dificilmente gerará indivíduos

leitores; uma estrutura escolar que proíbe títulos que interessam os alunos, que impõe as leituras e que não incentiva a busca de títulos por conta própria tampouco dá condições para o seu desenvolvimento. Como Lajolo e Zilberman (2020, n.p.) apontam:

Essas leituras são clandestinas, porque nada têm de pragmáticas. A escola, prática e aplicada, considera-as indesejadas e bane-as, estabelecendo-se uma dicotomia intransponível e inconciliável. Se a escola patrocinar leituras que atendam apenas à imaginação e ao gosto, rompe o pacto educacional; se evitá-las, torna-se desejável, sem impedir que as leituras prediletas continuem a proliferar, na clandestinidade ou não.

A escola, num caso, torna-se incompetente; no outro, impopular.

A leitura de livros por prazer, que não se integra à bibliografia escolar, era vista no século XIX como algo que “rouba horas ao estudo”. Até no século XX as bibliotecas são vistas como algo com acervo desatualizado, um lugar onde alunos e alunas vão como castigo (SUAIDEN, 2000), em vez de serem locais onde a leitura voluntária e independente da escola é incentivada. Isso quando não se dedicam a preservar os livros e não deixam que eles sejam manuseados, lidos e pegos emprestados (IDEM, 2000). O livro muitas vezes é apresentado no ambiente escolar como algo inacessível, tanto por serem obras com uma linguagem e um padrão estético completamente diferente do que os alunos e alunas possuem, quanto por serem tratados como patrimônio da escola, como símbolo da autoridade e do poder que aquela instituição tem sobre o seu corpo discente. A leitura, enquanto atividade de entretenimento, é vista de maneira negativa ou até mesmo impossível; e só é feita se servir a alguma função considerada honrada e ao aprendizado sancionado como necessário.

Essa proibição e repressão de títulos acompanha o gosto por obras de aventura e fantasia que não sejam homologadas pela escola e pela família e que não adicionam à formação moral do indivíduo. Lajolo e Zilberman (2020, n.p.) comentam que:

As obras escolhidas por crianças e adolescentes, quando escapolem da rígida rotina escolar de leitura, parecem responder às exigências da fantasia, pela qual, em acumulação infinita, se articulam a outras de ficção ou as conhecidas por meio da transmissão oral, como as ouvidas de contadoras. O fato de incendiarem a imaginação explica e reforça a clandestinidade dessas leituras, que pouco ensinam de prático, mas que provocam consumo contínuo. Os admiradores de Júlio Verne ou Ponson du Terrail querem tão somente terminar um livro, para ler outro, e mais outro, numa espiral sem fim.

A pessoa que lê por entretenimento busca um consumo mais ou menos constante de livros — a leitura é uma das diversas formas de adquirir estímulos e buscar satisfação e prazer. Os títulos populares costumam ter histórias emocionantes que provém muitos estímulos e aliviam o tédio de forma um pouco mais duradoura do que assistir um programa de televisão, por exemplo (SCITOVSKY, 1992). Assim, busca-se o consumo contínuo para obter os estímulos necessários para se satisfazer, sempre atrás de um novo título e de uma nova história.

Embora ocorra em grande quantidade entre jovens e crianças, esse consumo de entretenimento não é exclusividade deles. Os adultos que consomem títulos nessa categoria muitas vezes sentem vergonha em declarar seu consumo e não gostam de revelar leituras que não são validadas, muitas vezes se desculpando por gostar de um *best seller*, por ler um livro da moda ou omitindo esse consumo. Dependendo do *habitus* em que a pessoa se insere ou em do grupo em qual está, alguns consumos são indizíveis, sob pena de julgamento severo e diminuição da estima pelos pares.

Por outro lado, existem *habitus* que se constroem em oposição ao do campo erudito, em que o consumo de literatura comercial é visto com orgulho e algo esperado e aceitável, enquanto o consumo de obras consideradas eruditas ou clássicas é visto como uma exibição de poder e tentativa de parecer melhor do que os outros membros desses grupos. Assim, temos grupos que tentam emular o comportamento da nobreza cultural, mesmo que com a omissão dos consumos menos respeitáveis, e grupos que rejeitam completamente os desígnios da produção erudita e se orgulham de consumirem obras do mercado de bens simbólicos.

O efeito *trickle-round* (TRIGG, 2011) que se resulta dessas dinâmicas é bem visível em mercados mais consolidados que o brasileiro, como o inglês e o francês. Muitos dos títulos que hoje são considerados como parte do cânone e dos títulos que compõem o gosto estético da produção erudita eram vistos como reprováveis na época em que foram lançados e que circulavam. Autores como Shakespeare, Charles Dickens, Júlio Verne, Jane Austen, Alexandre Dumas — todos eram vistos como literatura imprópria e menor na época de seu lançamento e foram ganhando prestígio ao longo do tempo, num efeito *trickle-up*, em que as classes mais altas acabam resgatando obras que antes eram desprezadas.

No Brasil, esse efeito não ocorre com tanta intensidade ou tanta frequência pois por muito tempo não houve um gosto bem consolidado que se posicionasse em extrema oposição à produção erudita. Apenas recentemente a academia começou a resgatar obras que não eram respeitáveis na época de seu lançamento e reabilitá-las, e a estudar os gêneros que compõem o mercado de bens culturais, como a fantasia e os Romances sentimentais, por exemplo. Da mesma forma, os prêmios literários estão começando a considerar obras que pertencem ao mercado de bens simbólicos como dignas de análise e reconhecimento, indicando alguma relevância de tal categoria de títulos no país.

É possível perceber que, nos últimos anos, há um gosto que vem sendo formado em oposição ao gosto erudito, incentivado, em partes, pela disseminação da tecnologia da informação, que permite que as pessoas encontrem obras e pessoas com gostos semelhantes mais facilmente, bem como possibilita o acesso a um acervo de títulos muito maior do que o que era oferecido pelas bibliotecas, escolas e livrarias físicas. É possível que, nos próximos anos, essa tendência se consolide e o Brasil passe a demonstrar dinâmicas semelhantes às vistas em outros países, que tem um mercado do livro há mais tempo.

## **Conclusão**

O mercado de livros no Brasil é um advento consideravelmente recente. As condições para sua emergência só se consolidaram após a década de 1840, quando houve uma convergência entre as condições educacionais, a liberdade de imprensa e a existência de uma dinâmica entre classes sociais que colocava a cultura como algo central para a distinção da classe mais alta. Ainda assim, seu surgimento está atrelado a ideias de ascensão social e civilidade, fazendo com que ele fosse construído tendo em mente um leitor ideal que é oposto à maioria da população brasileira. Por ter sido introduzido como um objeto de consumo associado à validação e à distinção social das classes mais altas, inclusive servindo como um dos critérios de diferenciação da nobreza brasileira em relação ao resto da população durante o Império, o consumo do livro sempre foi muito atrelado à produção erudita e à visão do livro como arte, preterindo obras de apelo popular e policiando seu consumo durante a idade escolar. O livro é visto ou como um consumo pragmático, voltado para um fim específico, para o aprendizado, para a ascensão social e para a melhoria pessoal; ou é uma obra de arte inacessível, que poucos possuem capital cultural suficiente para decifrar.

Em ambos os casos, se transforma numa demonstração de poder, seja poder sobre o conhecimento, seja poder sobre o que é produzido e lido. Como a maior parte do contato das pessoas com a leitura se dá na escola, que se encarrega de ensinar o capital cultural básico, substituindo os gostos pessoais por gostos socialmente validados, na maior parte das vezes, o livro é apresentado às pessoas com essas funções e muitos sequer sabem que existem títulos que não obedecem a nenhuma das duas lógicas — que são, muitas vezes, os títulos que consolidam o hábito de leitura. Outros países apresentam uma dinâmica em que esse gosto erudito é contestado, com a presença de um gosto da classe trabalhadora, com padrões estéticos distintos e que exige um capital cultural diferente para apreciá-lo, mas no Brasil, os esforços para a popularização do consumo de livros se iniciou apenas em 1920, de forma que tal a presença de um consumo que existe em contraposição ao gosto erudito só apresenta uma forma mais robusta e mais reconhecida nos últimos anos.

## **Referências:**

ALMEIDA, Felipe. Vicarious Learning and Institutional Economics. *Journal of Economic Issues*, v. 45, n. 4, p. 839–856, 2011.

ALMEIDA, Pedro. O que é Romance de entretenimento, a nova categoria do Prêmio Jabuti. *Publishnews*, São Paulo, p. 1-2, 25 mar. 2020. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2020/03/25/o-que-e-romance-de-entretenimento-a-nova-categoria-do-premio-jabuti>. Acesso em: 21 dez. 2020.

BARBATO, Luis Fernando Tosta. Entre preconceitos, conceitos e impressões = o Brasil e sua condição tropical na *Revue des Deux Mondes* (1829-1977). 2015. 318 p. Tese (doutorado) -

Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/281125>>. Acesso em: 27 jan. 2020.

BEIGUELMAN, Giselle. Minha Casa, Meu Cenário. Piauí, São Paulo, p. 1-2, 11 jun. 2020. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/minha-casa-meu-cenario/>. Acesso em: 21 dez. 2020.

Bibliotecas em casa: organização dos livros revela o perfil de cada leitor. Estadão, São Paulo, p. 1-2, 22 ago. 2020. Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,bibliotecas-em-casa-organizacao-dos-livros-revela-o-perfil-de-cada-leitor,70003409193>. Acesso em: 18 dez. 2020.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, ed. 7, 2011;

BOURDIEU, P. Distinção: crítica social do julgamento. 2ª ed. Porto Alegre: Zouk, 2006.

BOURDIEU, P. Uma revolução conservadora na edição. Política & Sociedade, v. 17, n. 39, p. 198–249, 29 nov. 2018.

BOURDIEU, Pierre e CHARTIER, Roger. *A leitura: uma prática cultural* (debate). In: CHARTIER, Roger (org.) *Práticas da leitura*. São Paulo, Estação Liberdade, 2001.

CHARTIER, R. The Order of Books: Readers, Authors, and Libraries in Europe Between the Fourteenth and Eighteenth Centuries. [s.l.] Stanford University Press, 1994.

CHARTIER, R. Languages, Books, and Reading from the Printed Word to the Digital Text. *Critical Inquiry*, v. 31, n. 1, p. 133–152, 1 set. 2004a.

CHARTIER, R. *Leitura e leitores na França do Antigo Regime*. São Paulo: Editora UNESP, 2004b.

CHARTIER, Roger (org.) *Práticas da leitura*. São Paulo, Estação Liberdade, 2001.

CHARTIER, Roger. A aventura do livro. Do leitor ao navegador. Conversações com Jean Lebrun. 1ª reimpressão. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo/Editora UNESP, 1998.

CHARTIER, Roger. *Do Livro à leitura*. In: CHARTIER, Roger (org.) *Práticas da leitura*. São Paulo, Estação Liberdade, 2001.

COSGEL, Metin M. Rhetoric in the Economy: Consumption and Audience. *Review of Social Economy*, v. 21, ed. 4, p. 363–377, 1992.

COSTA, Emília Viotti da. Alguns aspectos da influência francesa em São Paulo na segunda metade do século XIX. *Revista de História*, São Paulo, ed. 142–143, Dez 2000. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/18903>. Acesso em: 15 jan. 2020.

DAVIS, John B. The conception of the socially embedded individual. In: DOLFSMA, Wilfred; DAVIS, John B. (ed.). *The Elgar Companion to Social Economics*. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2008. cap. 6, p. 92–105. ISBN 978 1 78347 853 8.

DOLFSMA, Wilfred. Consuming Symbolic Goods. In: DOLFSMA, Wilfred. *Institutional Economics and the Formation of Preferences: The Advent of Pop Music*. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2004a. cap. 3, p. 36–62. ISBN 1-84376-233-1.

DOLFSMA, W. Paradoxes of Modernist Consumption — Reading Fashions. *Review of Social Economy*, v. 62, n. 3, p. 351–364, 2004b.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2004.

FAR, Alessandra El. *O livro e a leitura no Brasil*. 1ª edição ed. [s.l.] Zahar, 2006.

FEITOSA, Yves. Vereador da Capital vira meme por ‘simular estante de livros’ e bate boca na internet. [Paraiba.com.br](https://paraiba.com.br/2020/06/11/vereador-da-capital-vira-meme-por-simular-estante-de-livros-e-bate-boca-na-internet/), João Pessoa, p. 1-2, 11 jun. 2020. Disponível em: <https://paraiba.com.br/2020/06/11/vereador-da-capital-vira-meme-por-simular-estante-de-livros-e-bate-boca-na-internet/>. Acesso em: 21 dez. 2020.

FERREIRA, Yuri. Livro é coisa de elite? ‘NÃO!’, dizem coletivos periféricos, professores e economistas. *Hypeness*, São Paulo, set. 2020. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2020/09/livro-e-coisa-de-elite-nao-dizem-coletivos-perifericos-professores-e-economistas/>. Acesso em: 1 dez. 2020.

GOULART, Gabriela. De estantes 'fake' a ministro se penteando: os bastidores da sessão virtual do STJ que julgou o afastamento de Witzel. Extra, Rio de Janeiro, 2 set. 2020. Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/rio/de-estantes-fake-ministro-se-penteando-os-bastidores-da-sessao-virtual-do-stj-que-julgou-afastamento-de-witzel-rv1-1-24620540.html>. Acesso em: 1 dez. 2020.

HALLEWELL, Laurence. O Livro no Brasil. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2017.

HODGSON, G. M. Reclaiming habit for institutional economics. *Journal of Economic Psychology*, v. 25, n. 5, p. 651–660, out. 2004.

HODGSON, G. M. The hidden persuaders: institutions and individuals in economic theory. *Cambridge Journal of Economics*, v. 27, n. 2, p. 159–175, 1 mar. 2003.

JOHNSSON-SMARAGDI, U.; JÖNSSON, A. Book Reading in Leisure Time: Long-Term changes in young peoples' book reading habits. *Scandinavian Journal of Educational Research*, v. 50, n. 5, p. 519–540, 1 nov. 2006.

JURT, Joseph. O BRASIL: UM ESTADO-NAÇÃO A SER CONSTRUÍDO. O PAPEL DOS SÍMBOLOS NACIONAIS, DO IMPÉRIO À REPÚBLICA. *Mana*, [s. l.], v. 18, ed. 3, p. 471-509, 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/mana/v18n3/a03v18n3.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2020.

LAJOLO, M.; ZILBERMAN, R. A formação da leitura no Brasil. [s.l.] Editora Unesp, 2020.

LORITE, Jaime. A história do meme que se tornou realidade ao virar o produto mais absurdo da Amazon. *El País*, Madrid, p. 1-2, 3 maio 2020. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/icon\\_design/2020-05-03/a-historia-do-meme-que-se-tornou-realidade-ao-virar-o-produto-mais-absurdo-da-amazon.html](https://brasil.elpais.com/icon_design/2020-05-03/a-historia-do-meme-que-se-tornou-realidade-ao-virar-o-produto-mais-absurdo-da-amazon.html). Acesso em: 18 dez. 2020.

LOPES, André. A estante de livros virou a decoração preferida para as videoconferências Leia mais em: <https://veja.abril.com.br/tecnologia/a-estante-de-livros-virou-a-decoracao-preferida-para-as-videoconferencias/>. Veja, São Paulo, p. 1-2, 15 maio 2020. Disponível em: A estante de livros virou a decoração preferida para as videoconferências Leia mais em: <https://veja.abril.com.br/tecnologia/a-estante-de-livros-virou-a-decoracao-preferida-para-as-videoconferencias/>. Acesso em: 18 dez. 2020.

PESSALI, H.; ALMEIDA, F.; DE PAULA, N. Institutional entrepreneurship in building the Brazilian market of functional yogurts. *British Food Journal*, v. 116, n. 1, p. 2–15, 1 jan. 2014.

PRÊMIO JABUTI. Eixo Literatura. In: PRÊMIO JABUTI. Prêmio Jabuti. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.premiojabuti.com.br/eixos-categorias/literatura/>. Acesso em: 3 fev. 2021.

PUHL, Paula Regina; SILVA, Cristina Ennes. O Amor como entretenimento: a trajetória dos romances sentimentais. *Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional*, v. 11, n. 11, p. 53–66, 2007.

[SCHWARCZ, Lilia Moritz; STARLING, Heloisa Murgel. Brasil: Uma biografia. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. ISBN 978-85-359-2566-1.](#)

SILVA, Maria Beatriz Nizza da. Produção, distribuição e consumo de livros e folhetos no Brasil colonial. *Revistas do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro*, v. 314, p. 78- 94, jan.-mar. 1977.

SNEL. Sindicato Nacional dos Editores de Livro; NIELSEN. PAINEL DO VAREJO DE LIVROS NO BRASIL. Pesquisas, São Paulo, p. 1-20, 1 jan. 2021. Disponível em: [https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2021/01/SNEL\\_13\\_2020\\_-\\_13T\\_2020.pdf](https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2021/01/SNEL_13_2020_-_13T_2020.pdf). Acesso em: 1 abr. 2021.

SPRINGHALL, J. “Disseminating Impure Literature”: The “Penny Dreadful” Publishing Business Since 1860. *The Economic History Review*, v. 47, n. 3, p. 567–584, 1994.

SQUIRES, C. The Publishing Industry: The Rise of the Paperback. In: *The Encyclopedia of Twentieth-Century Fiction*. [s.l.], 2010.

STARR, Martha A. Consumption, Identity, and the Sociocultural Constitution of “Preferences”: Reading Women's Magazines. [Review of Social Economy](#), v. 62, ed. 3, p. 291-305, 2004.

TRIGG, Andrew B. Veblen, Bourdieu, and conspicuous consumption. [Journal of Economic Issues](#), [s. l.], v. 35, ed. 1, p. 99-115, Mar 2001.

VANINSKAYA, Anna. Learning to Read Trash: Late-Victorian Schools and the Penny Dreadful. *In*: HALSEY, Katie; OWENS, W. R. (Orgs.). [The History of Reading, Volume 2: Evidence from the British Isles, c.1750–1950](#). London: Palgrave Macmillan UK, 2011, p. 67–83. Disponível em: <[https://doi.org/10.1057/9780230316799\\_5](https://doi.org/10.1057/9780230316799_5)>. Acesso em: 14 ago. 2020.

VEBLEN, Thorstein. [The Theory of Leisure Class](#). Nova Iorque, The Macmillan Company, 1915.

ZILBERMAN, R. A LEITURA NO BRASIL: SUA HISTÓRIA E SUAS INSTITUIÇÕES. [Ensaio](#), Unicamp, p. 9, [s.d.].