

UMA NOVA “ECOLOGIA LITERÁRIA” – EFEITOS DA CULTURA DIGITAL NAS PRÁTICAS DE LEITURA DE JOVENS ALUNOS

Rosa Maria Hessel Silveira[i]
 Patrícia Aparecida Machado[ii]

RESUMO

O presente trabalho busca compreender as práticas de leitura - o que leem e como leem - de jovens leitores dos 6º e 9º anos do ensino fundamental, em duas escolas públicas de Porto Alegre (RS). Especificamente neste artigo, apresentamos e analisamos dados construídos na pesquisa de campo, buscando, sob inspiração de Collins (2010), configurar a composição de uma nova “ecologia literária”, atravessada pela cultura digital. Tais dados foram obtidos por meio de quatro instrumentos de coleta de dados: questionários, grupos focais, gravação de vídeos e de grupo de WhatsApp. Com relação as menções e discussões dos jovens, estabeleceu-se as seguintes categorias de análise: i) preferência de suportes de leitura; ii) obras preferidas e encontros com o literário; iii) entre personalidades e celebridades das redes, apontando tanto para a presença da ‘convergência cultural’ quanto para a configuração de uma nova ecologia literária que eclode global e midiaticamente, a partir das práticas de leitura e do contato com o literário atravessados pela cultura digital. As reflexões aqui propostas são amparadas por teóricos como Lluch (1999, 2009, 2013), Collins (2010), Canclini (2013), Cosson (2017), Jenkins (2009), Jenkins, Ford e Green (2014) e Kirchof (2016).

Palavras-chave: Leitura juvenil; Leitura literária; Práticas de leitura; Cultura digital; Nova ecologia literária.

A NEW ‘LITERARY ECOLOGY’ – DIGITAL CULTURE EFFECTS FOR YOUNG STUDENTS’ READING PRACTICES

ABSTRACT

This paper aims to understand reading practices — what students read and how they read it — of sixth- and ninth-grade primary-school young readers at two public schools in Porto Alegre (RS). Particularly in this article, we have provided and analysed data constructed in the field research, based on Collins (2010) studies in order to construct a new ‘literary ecology’ combined with the digital culture. We have collected these data from four tools: questionnaires, focus groups, video and WhatsApp group recordings. Regarding young people’s mentions and discussions, the following categories of analysis were established: i) preference for reading supports; ii) favourite works and encounters with the literary; iii) among networks’ personalities and celebrities, pointing out to both presence of ‘cultural convergence’ and construction of a new literary ecology emerging globally and mediatically, from reading practices and contact with the literary combined with the digital culture. Lluch (1999, 2009, 2013), Collins (2010), Canclini (2013), Cosson (2017), Jenkins (2009), Jenkins, Ford e Green (2014) and Kirchof (2016) are the theorists who based the reflections proposed here.

Keywords: Young reading; Literary reading; Reading practices; Digital culture; New literary ecology.

UNA NUEVA “ECOLOGÍA LITERARIA” – EFECTOS DE LA CULTURA DIGITAL EN LAS PRÁCTICAS DE LECTURA DE JÓVENES ALUMNOS

RESUMEN

El presente trabajo busca comprender las prácticas de lectura - lo qué leen y cómo leen - de jóvenes lectores de los 6º y 9º años de la enseñanza primaria, en dos escuelas públicas de Porto Alegre. Especificamente en este artículo, presentamos y analizamos datos construidos en la investigación de campo, buscando, bajo la inspiración de Collins (2010), configurar la composición de una nueva “ecología literaria”, atravesada por la cultura digital. Tales datos fueron obtenidos por medio de cuatro instrumentos de colecta de datos:



cuestionarios, grupos focales, grabación de videos y de grupo de Whatssap. Las menciones y discusiones de los jóvenes, se establecieron por las siguientes categorías de análisis: i) preferencia por los soportes de lectura; ii) obras y encuentros favoritos con lo literario; iii) entre personalidades y celebridades de las redes, señalando tanto para la presencia de la ‘convergencia cultural’ cuanto para la configuración de una nueva ecología literaria que eclosiona global y mediáticamente, a partir de las prácticas de lectura y del contacto con lo literario atravesados por la cultura digital. Las reflexiones aquí propuestas son amparadas por teóricos como Lluch (1999, 2009, 2013), Collins (2010), Canclini (2013), Cosson (2017), Jenkins (2009), Jenkins, Ford e Green (2014) y Kirchof (2016).

Palabras-clave: Lectura juvenil; Lectura literaria; Prácticas de lectura; Cultura digital; Nueva ecología literaria.

INTRODUÇÃO

A multiplicação dos dispositivos tecnológicos, que a um só tempo ampliam a capacidade e a velocidade da comunicação e informação, aproxima jovens leitores de autores, livros, filmes, seriados e outros leitores, provocando uma reorganização nas práticas sociais e no campo do sensível, no qual se inserem a literatura e as práticas literárias. Como observa Kirchof (2016, p. 203), o modo como nos relacionamos com as informações que consumimos hoje está “marcado pelo modo como funcionam as tecnologias e as mídias digitais, o que modifica várias de nossas práticas anteriormente vinculadas às mídias analógicas, incluindo as práticas literárias”. Tomamos este mote para refletirmos sobre as práticas de leitura de jovens que se apropriam de suportes digitais e de recursos disponíveis na web para suas práticas de leitura, vivenciando uma experiência estética, ética e política peculiar.

Nesse sentido, grandes são as inquietações e a desconfiança frente às práticas de leitura desses jovens, que estão se constituindo como leitores também a partir dos acessos a web e dos suportes digitais móveis. Os avanços nas tecnologias de comunicação e informação têm ampliado tanto as possibilidades e interesses de leitura, quanto os questionamentos e implicações dessas práticas contemporâneas. Considere-se que mudanças de paradigmas vivenciadas a partir de meados do século XX instauraram uma lógica existencial que valoriza o efêmero, a fluidez e a obsolescência programada de produtos e modos de vida. Assim, adentramos o século XXI permeados pelos artefatos digitais móveis, com uma fluidez de comunicação e de informação que produz uma geração de jovens por muitos caracterizada como inquieta, imediatista, impaciente, que busca registrar, compartilhar, comentar e visibilizar seus feitos de forma instantânea nas redes sociais. Nessa lógica, privilegiam-se os likes e os stories, ou seja, o momentâneo e o fugaz, favorecendo um investimento em leituras rápidas, curtas, num “vai e vem” entre aplicativos, sites e plataformas.

Como leitores, espectadores, internautas (CANCLINI, 2008), esses jovens acessam informações breves e rápidas, constituindo novas crenças e valores, numa nova percepção das práticas que constituem a tradição literária. Tais práticas produzem novos entendimentos acerca da leitura, já que, na web, com apenas um toque, pode-se obter um livro ou parte dele. Com a mesma facilidade de acesso, pode-se descartá-lo quando não se desejar mais lê-lo ou mesmo quando o interesse se esvai. Assim, conservar ou descartar, ter ou não compromisso com a leitura adquire diferentes valores simbólicos, quando se considera a fluidez de acessos, o que seria, a princípio, uma dificuldade para a constância das práticas de leitura, sobretudo as literárias.

Nesse cenário, estariam se instaurando práticas de leituras fragmentadas, curtas e não lineares, nos fazendo crer que os sujeitos nelas engajados estão buscando textos mais simples, parágrafos curtos, linguagem mais objetiva – com uso de recursos visuais e sonoros – e que não demandariam maior investimento para a produção de sentidos. Isto é, a efemeridade produzida pela cultura digital estaria implicando certa depreciação da leitura literária, a qual, como tradicionalmente se afirma, demanda investimento pessoal para a produção de sentidos. Neste sentido, as práticas culturais perpassadas pela cultura digital estariam atuando, juntamente com o mercado cultural, na

produção de um determinado modelo de leitor, um determinado modelo de fazer literário e um modelo de apropriação de tais obras. A própria inserção na cultura digital estaria oportunizando a esses jovens leitores a construção de um itinerário de leitura, como sinônimos de liberdade de escolha, ainda que – pode-se argumentar – seja uma liberdade controlada pelo mercado, e os desprenderia da tutela dos pais e professores.

É dentro deste panorama que se situa o presente trabalho cujo objetivo maior foi o de compreender as práticas de leitura – o que leem e como leem – de jovens leitores inseridos na cultura digital, dos 6º e 9º anos do ensino fundamental, em duas escolas públicas da cidade de Porto Alegre[1]. Especificamente neste artigo, apresentamos e discutimos dados construídos na pesquisa de campo da tese, obtidos junto aos jovens participantes, buscando configurar a composição de uma nova “ecologia literária” que eclode na contemporaneidade, a partir das vivências e práticas de leitura e de contato com o literário, atravessadas pela cultura digital. Nas análises, utilizamos três categorias para evidenciar essa nova composição: Preferências de suporte de leitura; Preferências de obras e encontros com o literário; Entre personalidades e celebridades das redes.

ALGUNS APONTAMENTOS SOBRE CULTURA DIGITAL, NOVA ‘ECOLOGIA LITERÁRIA’ E LITERATURA ENDEREÇADA A JOVENS

Podemos caracterizar a cultura digital como o domínio da comunicação e informação pela tecnologia digital, o que envolve interatividade, interconexão e inter-relação entre pessoas, informações e máquinas. A cultura digital marca a contemporaneidade, profundamente impregnada pelas tecnologias e baseada na utilização crescente e generalizada de artefatos tecnológicos. A popularidade das redes virtuais, a conectividade e instantaneidade, o engajamento das pessoas naquelas são elementos fulcrais na compreensão dessa cultura.

Ressalte-se que os avanços da tecnologia digital provocaram a convergência das mídias e o estabelecimento de uma cultura de conexão constante, com capacidade de produzir um fluxo de conteúdos que circula pelas múltiplas plataformas da mídia, por meio da cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e os internautas e navegadores que buscam em toda parte experiências de entretenimento (JENKINS, 2009). Nesse sentido, vale ressaltar que a internet é um campo social como muitos outros, no qual interesses e configurações de sociabilidade, de liberdade, de poder e de significados estão em constante disputa, acabando por atuar na produção de formas de viver, de conviver, modulando os ritmos de nossas vidas a partir das facilidades de produção, distribuição e consumo de conteúdos e produtos culturais.

Inserido em um mundo de mídia propagável, o cidadão comum, por motivos próprios e de maneira inesperada, busca atuar de forma participativa como multiplicador, atribuindo novos significados aos conteúdos propagados, pois a propagabilidade enfatiza a produção de conteúdo em formato de fácil compartilhamento, conforme propõem Jenkins, Green e Ford (2014, p. 29). Jenkins (2009, p. 235) argumenta que as mídias corporativas, muito precocemente, reconheceram a potencialidade da web para a ampliação de seus públicos consumidores, promovendo certo tipo de cultura participativa. O campo literário não deixa de estar inserido nessa mesma lógica e o livro vai sendo submetido, cada vez mais, às leis do mercado e à influência de outras mídias. Lluch (2009) salienta, entre as transformações sofridas pelo livro, sua metamorfose em um elemento de consumo cultural mais amplo, com capas que se confundem com capas dos games; sua divulgação e publicidade se aproximam de trailers cinematográficos e televisivos, dos *musicvideo* e “todos juntos formam um pacote estético para o desfrute do consumo” pelos jovens (LLUCH, 2009, p. 2).

Na esteira das transformações contemporâneas, os mais diversos conteúdos das redes digitais são continuamente reposicionados e (re)atualizados por meio de uma maquinaria que sustenta um engajamento travestido de liberdade de acesso, o qual atua como um verdadeiro império de escolhas mercantilizadas que promove ações, monitoramento e monetarização das ações ali empreendidas. Neste sentido, Castells (2009, p. 421) já apontava que

[1]Recorte dos resultados da pesquisa de doutoramento desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Os dados foram levantados entre junho e dezembro de 2018.

os dispositivos da web 2.0 se transformaram em prodigiosos instrumentos de negócios através de estratégias de mercantilização da liberdade para a acumulação de capital, vendendo às pessoas o acesso aos mais variados produtos culturais globalizados em troca de sua privacidade.

Nesse cenário, os dados gerados sustentam um complexo modelo de negócio, certamente a partir de algoritmos que detectam características do internauta em suas buscas. Essa riqueza pode se traduzir no conjunto de dados, comentários, expectativas, desejos que os jovens leitores propagam pelas redes ao falarem e exporem suas opiniões a respeito de livros, autores, editores, personagens, tramas e temáticas. Na prática, cria-se uma valiosa maquinaria midiática que tem se demonstrado efetiva na criação e sustentação de repertórios que circulam globalmente e que acabam extraindo seu poder da sensação de que ‘todo mundo está comentando’ e do sentimento dos internautas de que ‘meus amigos recomendam’. Cria-se, assim, a ideia de que nessa ambiência é possível vivenciar novas experiências de interação produtiva, na medida em que os conteúdos presentes na rede vão sendo disseminados em profusão pelo poder da irradiação (JENKINS, 2009).

Emerge uma nova cena literária, a partir de mudanças nos modos de aproximação do jovem leitor com o livro e com o literário em que, cada vez mais, se distanciam dos tradicionais mediadores da leitura, pois, na expectativa de maior liberdade de ação e escolha, buscam na cultura digital uma inserção ativa e constante. Para tanto, as ferramentas digitais são utilizadas por eles como rede de contatos e disseminação de interesses, gostos e posicionamentos, ‘falando’, ‘comentando’ e ‘recomendendo’ suas escolhas e preferências literárias, e assim, sintonizando-se com uma produção cultural atenta às suas demandas.

Desse modo, uma cultura de compartilhamento se intensifica, produzindo uma avalanche de ‘assuntos do momento’ e criando uma agenda efêmera, especular e propagável que fomenta as bases da inovação, do consumo e da participação. Nessa ambiência, produtores de livros - editoras, autores e grandes corporações - buscam capturar os jovens leitores e internautas no afã de conquistar seus gostos, opiniões e interesses por meio de diferentes estratégias de sujeição, e assim, oferecer produtos e serviços que atendam suas expectativas. Instaura-se, assim, uma rede de ações que cria, propaga e estimula conteúdos e interesses literários fora dos tradicionais circuitos de apreciação estética de obras literárias - a escola, principalmente - a maioria com evidentes intenções mercantis.

Podemos dizer que é no limite dessa maquinaria midiática que se constitui uma nova “ecologia literária”, instaurada por diferentes atores, fazendo fluir novas práticas de leitura e consumo dentro de uma lógica de conexão instantânea, de propagação de conteúdos e de busca por visibilidade (SIBÍLIA, 2016). Assim, temos visto despontar uma nova cultura de leitura literária; se, antes, a leitura literária costumava ser uma experiência privada e introspectiva, ela passa a ocorrer como uma atividade ‘exuberantemente social’, através de uma prática de compartilhamento e acessos simultâneos, produzindo novas sociabilidades e inserindo-se, cada vez mais, numa ambiência virtual e na utilização da imagem, conforme propõe Collins (2010). A partir de então, a relação do leitor com o livro e com o autor tem mudado e transformado as tradicionais práticas de leitura em uma variedade de possibilidades de experiências literárias, ultrapassando os limites das instituições escolares e da academia.

As atuais práticas de leitura compartilhadas estão fazendo com que uma cultura literária comercial apareça em toda parte - no cinema, no shopping, nas séries televisivas, nas ações de navegar nas redes sociais ou de assistir vídeos, em que livros são comentados, classificados e recomendados por *Booktubers*, numa redefinição de práticas anteriores ligadas ao livro impresso. Surgem importantes mudanças na infraestrutura de produção e comercialização do texto literário, com novos jogadores, localizações, rituais e valores de uso para a leitura. Na prática, os jovens leitores têm criado variadas formas de acessar conteúdos, autores e obras, além de ler, escrever, compartilhar e discutir as obras de sua preferência através de outros caminhos que extrapolam as salas de aula e as práticas privadas de leitura.

Em um mundo cada vez mais povoado pelas telas, instaura-se uma ‘cultura literária popular’, numa variedade de novas encarnações (COLLINS, 2010) e através dos artefatos móveis somos lançados em um universo que reivindica a realização de prazeres instantâneos, buscando oportunidades sem se atentar aos riscos e a possíveis vulnerabilidades. Nesse universo, a leitura e a literatura seriam apenas mais um deles, um prazer estético que encanta a quem descobre seus enigmas. Collins (2010) chama a atenção para a expansão dessa nova concepção, identificando uma lógica de funcionamento que abre espaço para novos tipos de conversas, contatos e aproximações que proporcionam ao jovem leitor fazer ecoar sua própria voz. A chave para a compreensão de uma cultura literária popular, segundo Collins (2010), está no fato de essa conversa se tornar audível e visibilizada, ressoando muito mais do que uma leitura solitária, fazendo com que, em tese, a leitura da ficção literária possa prosperar como forma de entretenimento de massa. Torná-la audível e visível consiste em dar valor a outras formas de ler a ficção literária, discutindo, compartilhando opiniões, descobrindo e propondo conteúdos novos e diversos. Consiste em se sentir participativo como consumidor e produtor dessa ficção literária, num mundo novo que se reatualiza a cada instante. Para Collins (2010), isto significa “valorizar a literatura popular como capaz de atingir os propósitos que a literatura propõe ao leitor” (p. 32).

Numa verdadeira economia de consumo, surge uma nova “ecologia literária” que eclode global e midiaticamente através de produções culturais que, de certa forma, expandem os sentidos do literário: são lançamentos de álbuns musicais em plataformas de *streaming*[2]; produções filmicas divulgadas globalmente através de trailers e *teasers*[3] lançados nas redes sociais; seriados televisivos que expandem os universos dos quadrinhos, lançamentos de livros através da conexão entre editores e sites de livrarias em diversos países.

Dessa forma, as experiências de convergência e de conectividades múltiplas têm possibilitado um tipo de leitura descontínua e dispersa, que revela sentido e organização quando os atos descontínuos de leitura na tela ou no papel, em casa, no ônibus, no quarto ou no intervalo das aulas, vão sendo integrados por cada um, nas interações e nas práticas sociais. Em decorrência, a efemeridade produzida pela cultura digital estaria implicando em certa depreciação da leitura literária, a qual, como tradicionalmente se afirma, demanda investimento pessoal para a produção de sentidos. Nunca é demasiado tarde para lembrar que nos convertemos em leitores quando somos capazes de explorar e decifrar um texto, associando-o a nossas experiências e vivências, pois ler “é a arte de dar vida à página, de estabelecer com o texto um relacionamento amoroso no qual a experiência íntima e a palavra alheia, o vocabulário particular e as águas de dois rios se fundem em um único fluxo” (MANGUEL, 2007, p. 11, tradução nossa)[4].

A par de todas essas transformações, já no início do século XXI, o mercado editorial juvenil buscou atuar de forma dinâmica, sintonizado com os modismos e novidades que emergem nas redes digitais, sabendo aproveitar os efeitos de grandes campanhas publicitárias. Na configuração dessa nova “ecologia literária” proliferam os livros que se apropriam dos imperativos emergentes das sociedades líquido-modernas - desejável e previsível -, mas que desaparecem com a mesma fluidez com que surgem. Para Lluch (2003), tais características podem decorrer de um discurso simplista e impreciso e a visão mercadológica começa a se sobressair em detrimento dos valores literários tradicionalmente constituídos. Adiciona-se a tudo isso, a presença ficcional de protagonistas com as mesmas idades dos leitores em potencial, que frequentam ambientes similares e que passam por problemas semelhantes. Estas podem ser algumas das estratégias que editores lançam mão na busca por uma identificação rápida dos jovens leitores. No entanto, preocupa o fato de alguns editores e autores preferirem produções mais simples e repetitivas, em detrimento de narrativas mais elaboradas, por acreditarem ser este um caminho imediato de maior aceitação, lucratividade e consumo.

Todo esse contexto tem propiciado a expansão de produtos culturais provenientes da inter-relação entre literatura e outras mídias. Assim, algumas narrativas buscam apelos e referências culturais compartilhadas, operando a fragmentação das unidades narrativas e usando ritmos vertiginosos que

[2]Streaming é uma tecnologia que envia informações multimídia, através da transferência de dados, utilizando redes de computadores, especialmente a internet, e foi criada para tornar as conexões mais rápidas. Um exemplo de streaming é o site Youtube, que utiliza essa tecnologia para transmitir vídeos em tempo real. Disponível em: <https://cutt.ly/dyNBabs>. Acesso em: 07 jun. 2020.

[3]Teaser é um indício de algo que vai ser revelado posteriormente. A tradução literal seria algo como “Provocador”. Em Publicidade e Marketing, um teaser se refere à divulgação de algo que está para acontecer, seja um filme, uma música, ou o lançamento de um produto, uma chamada para despertar a curiosidade, antecedendo uma campanha de comunicação. Disponível em: <https://cutt.ly/oyNBsl8>. Acesso em: 07 jun. 2020.

[4]No original: “e sel arte de dar vida a la página, de establecer con un texto una relación amorosa en la cual experiencia íntima y palabra ajena, el vocabulário próprio y las águas de dos rios y se funden em um solo caudal”. (MANGUEL, 2007, p. 11).

caracterizam um tipo de ficção – literária, televisiva, cinematográfica – muito familiar aos jovens contemporâneos. Trata-se de uma tendência de aproximação das narrativas para jovens com o mundo do audiovisual – TV, cinema, games –, um efeito da globalidade destas produções literárias, presente, sobretudo, nos livros policiais, fantásticos ou de ficção científica, que apresentam cenários e intrigas que se assemelham aos das séries televisivas (DELBRASSINE, 2006). Há que se citar, ainda, como verdadeiros fenômenos de vendas, os *best-sellers*, que compõem um gênero que tem sido eleito pelos jovens como preferido. Relativamente a esse tipo de livros, Aguiar (1998) propõe refletir sobre a importância da mutabilidade dos gêneros literários, que “desempenham (...) um importante papel na organização e na transformação do sistema literário” e que tanto podem desaparecer quanto persistir, em função de “modificações sociais, culturais, ideológicas e políticas”, sobretudo se forem capazes de alterar a constituição do público leitor” (AGUIAR, 1998, p. 395).

OUVINDO LEITORES EM UMA NOVA ECOLOGIA LITERÁRIA

O corpus da pesquisa[5] que dá subsídios para esse trabalho foi composto por quatro etapas e instrumentos de coleta de dados. Primeiramente foram aplicados dois questionários com perguntas abertas e fechadas, sobre práticas e preferências de leitura e consumo de outros produtos culturais, em um total de 69 jovens, distribuídos entre 6º e 9º ano de duas escolas públicas. A partir das respostas dos questionários, organizaram-se quatro grupos focais, num total de 31 jovens participantes. Na terceira etapa, propôs-se a atividade ‘Brincando de *Booktuber*’ em que os jovens leitores, individualmente ou em grupo, produziam vídeos falando de suas escolhas de leitura. A última etapa envolveu a criação de um grupo de *WhatsApp*, com oito jovens do 9º ano, que demonstraram maior envolvimento com as práticas de leitura durante o grupo focal, o qual funcionou durante um mês. Toda a coleta de dados se deu entre junho e dezembro de 2018. Para a realização desse artigo lançaremos mão de apenas alguns dos dados provenientes de cada estratégia de investigação - questionários, grupos focais, produção de vídeos e grupo de *WhatsApp*, na composição dos três eixos de análises:

SUPORTE DE LEITURA

Com relação aos suportes de leitura, os dados da pesquisa apontaram, entre a ampla maioria das vivências de leitura dos jovens, o livro impresso como principal suporte para leitura de textos mais longos, utilizando de argumentos como: ‘gosto do cheiro e do toque’, ‘é melhor ter o livro ali perto’. Apenas uma pequena parcela de jovens, 5,9%[6] dos participantes, referiu uma prática frequente de leitura mais longa nos suportes digitais – celulares e *tablets*. Por outro lado, os suportes digitais móveis são utilizados para buscar informações, entretenimento e conexões variadas, funcionam também como instrumento de convívio social – trocas de mensagens nas redes sociais, pesquisas e buscas instantâneas de assuntos variados, sobre lançamentos de livros e filmes, leituras sobre novos enredos desenvolvidos por autores de preferência, *best-sellers*, entre tantos outros. Trata-se de leituras mais curtas, simples e ligadas ao entretenimento. Em alguns casos, foram mencionadas leituras de resumos e resenhas de livros, mais frequentes entre os jovens com menos práticas cotidianas de leitura, que lançam mão desses artifícios para atender as exigências escolares de atividades e provas relacionadas à leitura de livros específicos. Chartier (1999) argumenta que os modos de ler têm se modificado e se reorganizado de acordo com a sociedade e as tecnologias de cada época, chamando a atenção para o fato de que uma nova tecnologia não substitui a outra rapidamente. Desse modo, estamos diante de jovens que se familiarizam simultaneamente tanto com os recursos impressos, como com os digitais, de modo que as telas e as folhas de papel impressas estão igualmente presentes em suas práticas diárias, mas com funções e valores diversos.

Em relação aos suportes digitais mencionados, a grande maioria dos jovens usa seus aparelhos celulares para leitura, não tendo sido mencionados os *e-readers*. Ora: quando se lê em outros suportes não direcionados para a leitura, outras ocorrências e interrupções podem acontecer, como a ‘entrada de notificações constantes’, ‘acabar a bateria e perder a página, tamanho da letra e a luz’ do celular. Estes elementos, citados pelos jovens, são considerados

[5]A pesquisa da qual resulta o presente artigo foi submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa da UFRGS e inserida na Plataforma Brasil, tendo sido obtidos os Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de todos os participantes, assim como de seus responsáveis

[6]Este percentual se refere a dados quantitativos apurados a partir dos questionários 1 e 2, por essa atividade contemplar o total de participantes da pesquisa. Os percentuais se referem ao somatório das duas turmas de 6º anos e das duas turmas de 9º anos. Nos casos em que são separados os 6º e 9º anos, será informada essa separação.

dificultadores para leitura em tais aparelhos. Por outro lado, em alguns casos – como foi citado nos grupos focais – ‘baixar o livro no celular’ para ler foi visto como algo prático, pela proximidade e pela facilidade de acesso a consultas variadas: ‘se eu não souber uma palavra, eu já vou ali ao Google e já pesquiso’. Também houve menção à busca de informações e ‘fofoca das celebridades’, observando-se que, entre as atuais ‘celebridades’, se incluem autores de livros, atores e atrizes que protagonizam filmes e seriados adaptados de livros.

Dessa forma, os jovens leitores demonstraram como circulam na web buscando informações variadas e com isso, deixando seus rastros, escolhas e interesses.

PREFERÊNCIAS DE OBRAS E ENCONTROS COM O LITERÁRIO

Trazemos agora alguns dados sobre preferências e escolhas de leituras mencionadas pelos jovens, que se conectam a essa nova ecologia literária. Dos dez livros mais citados como preferidos – pelos 6º e 9º ano – chama a atenção a presença de alguns títulos que abordam temáticas que seriam, em outros tempos, sujeitas a uma censura adulta, como *Cinquenta tons de cinza* e *Cinquenta tons mais escuros*, lidos pelos 6º e 9º anos, mas que pode ser explicado pelo amplo e livre acesso e circulação na web. Apesar de eventuais diferenças em relação a competências de leitura entre os dois níveis escolares, isto não impede a existência de gostos e interesses em comum, dado o compartilhamento de referências culturais, sociais e virtuais e – obviamente – uma certa proximidade das idades.

É interessante também observar que, dos dez livros mais citados, oito podem ser identificados como bastante integrados ao circuito da indústria cultural, como *Harry Potter*, *A Culpa é das Estrelas*, *Crepúsculo*, *Percy Jackson*, *50 tons de Cinza*, *Diário de um banana* –, o que nos leva a pensar na competência das grandes corporações editoriais, em seus diversos modos de propagação e marketing, ao fazer chegar tais títulos aos jovens leitores, atuando na composição das escolhas literárias e participando na conformação de seus gostos e itinerários de leitura. Por outro lado, registre-se que, entre os dez livros mais citados, apenas dois – *O Pequeno Príncipe* e *O Diário de Anne Frank* – têm uma história de leitura prestigiada mais longa, sendo reconhecidos, mesmo na instituição escolar, como livros que possam ser trabalhados ou indicados para crianças e adolescentes. Contudo, também estes títulos estão inseridos no circuito da indústria cultural com adaptações para o teatro, cinema e televisão.

Nessa composição da nova ecologia literária, encontramos uma gama de livros que se entrelaçam a sua lógica, prosperando como forma de entretenimento global. Abri-se espaço para novas conversas, contatos e aproximações, onde enredos e personagens dialogam entre páginas dos livros e telas da TV e do cinema, e também entre os quadrinhos e narrativas construídas nas redes sociais, sintonizando-se com o tempo a que pertencem esses jovens leitores. Surgem, assim, formas mais rápidas de leitura em que tudo vai ficando sucinto, ágil, dinâmico e que acaba moldando uma nova maneira de se relacionar com a palavra.

Nesse sentido, do total de 76 livros citados como lidos que não arrolamos aqui por motivos de espaço, 42 deles possuem uma produção cinematográfica associada, o que nos dá uma visão dessa convergência de interesses mercadológicos na composição da chamada nova ecologia literária. São produções fílmicas e televisivas, trilogias e livros em série que se complementam. As grandes corporações culturais têm investido na expansão dessa ecologia literária, associando o livro a outros produtos culturais que de alguma forma também contemplam a necessidade de ficção e fantasia humana (CÂNDIDO, 1972). Como exemplo, podemos citar a referência à versão quadrinizada da biografia de *Anne Frank*. Na atividade ‘Brincando de youtuber’ o jovem Carlos (14 anos, 9º ano) nos conta que ‘sempre quis saber sobre a Alemanha Nazista’, achando ‘mais fácil’ ler a versão em quadrinhos da célebre obra de Anne Frank.

Em relação às respostas do questionário, podemos citar uma referência que demonstra como os jovens habitantes da web atendem aos chamados dessa

nova ecologia literária ao ativar suas práticas de conexão: ‘Eu sigo um youtuber de um canal que fala só de quadrinhos de super-heróis’. No entanto, essa produção literária para jovens vai mais longe ao criar um universo de produtos de consumo que se conectam, como comentado no grupo de *WhatsApp*:

Mary, 15 anos: ‘além das revistas em quadrinhos da Marvel que são as mais vendidas, vocês viram que tem 2 camisetas personalizadas do Super Homem e da Mulher Maravilha que se completam?’Kkkkkkkkk‘Vamos comprar?’
Raquel, 15 anos: ‘Vamos’. ‘tem as camisetas, moletons, os bonecos, aaaaaa meu KOKORO dispara’.‘Amo os HQs, tem um boxe Guerra Civil, que é demais’.
Mary, 15 anos: ‘os bonequinhos em miniatura são os melhores’. ‘Fazem cada detalhe!’ ‘Eu fui ver no cinema e tinha até 2 guris fantasiados de Homem de Ferro e Capitão América’. ‘Antes o pessoal fazia debates no Facebook pra saber qual o melhor’.

Nesse mundo de conexão e convergência, os jovens leitores são convocados a consumir produtos variados e de diversas formas, entrelaçando quadrinhos, filmes, séries, camisetas, fantasias. Já nos grupos focais dos 6º anos foi possível observar outras formas de enlace entre as práticas de leitura desses jovens com essa nova ecologia literária:

Cláudia, 11 anos: ‘às vezes gosto dos vídeos ou do filme, aí leio o livro’.
Lia, 11anos:‘pego livros do tipo que já tem filme. Tipo A Culpa é das Estrelas, Cidade de Papel, mas ‘gosto de ler o livro e depois ver o filme, porque é diferente’.
Sol, 11 anos: ‘uma colega me falou que tinha muitos livros na internet, fui procurar’.
Beth, 12 anos: ‘cheguei às Fanfics através do aplicativo de compartilhar histórias Wattpad, aí fui pesquisando. Tenho uma experiência boa, mais leio, só escrevo quando tenho criatividade. Gosto de uma que fala sobre personagem Sans, do jogo Undertale’.
Júlia, 12 anos: ‘a gente aprende várias coisas na internet, tem muitos vídeos, muita informação, tem condição de baixar livros sem pagar ou de pesquisar sobre os livros, tem muitos livros que não tem como pegar na biblioteca e aí você só baixa e pode ler’.

Os jovens leitores nos contam como estão construindo seus itinerários de leitura e encontros com os textos literários (e os não tão literários), fazendo conexões entre vídeos que falam de livros, assistindo filmes, pesquisando no universo da *web* ou por meio das *fanfics* e aplicativos específicos, onde se compartilham as mais variadas histórias. Também foi possível identificar alusão à convergência das mídias na composição dessa nova ecologia literária nos grupos focais dos 9º anos:

Sandra, 11 anos: ‘Na biblioteca do colégio, que é onde tenho mais acesso, tem pouca variedade de livros. Na internet tem mais, mas o problema é pagar e aí não dá para ficar lendo tudo’.
Bia, 15 anos: ‘às vezes, um parente me indica um livro, ou eu procuro no telefone. Por exemplo, no playstore tem livros. Baixo o aplicativo e vou procurando. Você pode colocar uma coisa pro aplicativo anunciar se tem um livro novo. Aí ele anuncia os que chegaram e eu vejo se me interesse por algum deles’.
Alfredo, 15 anos: ‘Google play. Eu não tenho, mas já vi’.
Kris, 14 anos: ‘gosto de assistir à série Os treze porquês. Tem o livro e tem a série. Eu assisti, mas não li o livro. Tem também a série The WalkingDeadeu já li os quadrinhos’
Melina, 14 anos: ‘sobre filmes, (da Marvel kkk) alguém fala um filme, se acho interessante pesquiso, vejo o enredo do filme, baixo e assisto no celular mesmo’.

No grupo de WhatsApp, interessantes participações também ocorreram;

Matias, 15 anos: 'se eu não tenho indicação nenhuma de literatura boa e estou entediado eu faço uma busca na internet. Às vezes, eu jogo no Google e procuro os mais indicados, tipo os best-sellers. Mas também gosto de ver o filme e depois ler o livro e ver as diferenças na história'. 'eu gosto de procurar algumas coisas sobre o universo que os personagens se ambientam, pois ajuda a entender melhor a história ou só acrescentar conhecimento mesmo. Leio artigos, comentários, vejo Vlogs e teorias sobre o livro que estou lendo. Ótimo para completar a experiência'.

Raquel, 15 anos: 'Chego aos livros procurando no Google. Ou eu sei o nome e com isso jogo no Google ou eu pesquiso, tipo 'livros de ficção' no Google também, porque normalmente é o tipo de coisa que eu leio' (...)'Pesquisei os livros da Rupi e veio esse, nos recomendados As bruxas não vão para fogueira nesse livro'. 'Quando ganho um livro novo, eu postono insta, adoro'.

Karla, 15 anos: 'eu só compartilho coisa do Percy Jackson, normalmente no twitter. Ultimamente eu estou lendo somente essa série de livros e compartilho fanarts, memes, frases e tudo envolvendo esse mundinho. Ah! eu sigo umas fanfics e sigo uma conta que recomenda uns livros <https://twitter.com/leialivros>'.

Os jovens do grupo de *WhatsApp* demonstram maior desenvoltura no manuseio de aplicativos, sites e formas de se beneficiar das tecnologias digitais. Assim, as indicações dos youtubers, as leituras de *fanfics* com as amigas, os acessos a informações das vidas de artistas, as buscas por informações e descobertas de novos livros entre sites e aplicativos e também os filmes podem 'completar a experiência' de leitura. O contexto dessa nova ecologia literária se constitui nessa fluidez de movimentos, que permite ultrapassar as páginas dos livros. Prospera assim uma sensação de liberdade, autonomia e participação em um mundo novo que se (re)atualiza a cada instante. Essa dinamicidade e fluidez dá valor a outras formas de ler a ficção literária, pois permite ao leitor reconhecer-se entre pares, entre aqueles que partilham as mesmas práticas culturais, mesmo que os jovens aqui envolvidos atuem mais como consumidores e propagadores de conteúdos do que como produtores.

Observe-se, também, a ligação direta entre os interesses da produção editorial, cinematográfica e do entretenimento que tem funcionado de forma sincronizada e globalizada. Nesse sentido, vale ressaltar que a maior parte dos livros citados como lidos pelos alunos são traduções e/ ou adaptações, primordialmente, do inglês, com apenas 7,13% das respostas aos questionários correspondendo a autores brasileiros. Assim, as histórias consumidas por esses jovens disseminam valores, interesses e práticas que lhes permitem se identificar mais com uma cultura global do que com uma cultura local. Para Canclini (1997, p. 140) "as redes globalizadas de produção e circulação simbólica estabelecem as tendências e os estilos das artes, das linhas editoriais, da publicidade e da moda".

Nessas conexões entre livros e filmes surgem diferentes significados e sensações provocadas por tais experiências. No entanto, a palavra mais utilizada foi 'imaginar', predominando a sensação de que a leitura permite um maior exercício da imaginação –dos detalhes, cenas, personagens – em oposição ao recebimento da imagem pronta da tela: 'com o livro você imagina os detalhes de como seria', 'o livro a gente tem que imaginar'. Contudo, uma jovem do 6º ano opina que, para ela, o filme é mais interessante porque propicia uma imersão mais completa e imediata: 'parece que você está ali, participando', pelas emoções que a narrativa filmica desperta e por haver no filme uma maior dinamicidade: 'você consegue ver o todo, de todas as cenas'. Ainda, pode-se especular sobre a possibilidade de os livros que inspiraram filmes despertarem o interesse de capturar jovens que não cultivam práticas de leitura frequentes e aqueles que, declarando não gostar de ler, buscam, entretanto, entrar em sintonia com seus pares nas discussões e conversas sobre livro/filmes, autores/produtores, personagens/atores.

Inserida nessa dinâmica de produções culturais que convergem e criam um espiral de consumo - com alto investimento financeiro e grande apelo comercial - também há a criação de um universo ficcional onde as histórias compõem sagas e trilógicas e encontram ressonância nos relatos trazidos nos grupos focais:

Bia, 14 anos, 9º ano: ‘eu gosto de livros que têm continuação. Às vezes uma história é interessante e daí acaba ali’.

E que se complementa com as narrativas trazidas no grupo de WhatsApp:

Mathias, 15 anos, 9º ano: ‘acho que fica um universo, tipo, mais criativo. Por exemplo, do primeiro livro para o segundo é um desenvolvimento muito maior e assim pro terceiro e vai progressivamente, assim vai descobrindo mais coisas. É como a saga Harry Potter: o primeiro livro não é muito abrangente, tipo, falta muita informação, a partir do segundo tu começa a ter uma nova ideia, melhor’.

Raquel, 15 anos, 9º ano: ‘adoro The Mortal Instruments, da Cassandra Clary. Tenho 4 livros e já li 3. Porque amo a saga e quero a continuação. O primeiro filme é o primeiro livro (mais ou menos). Quero que continue, pois a história é maravilhosa, tem o suspense na medida certa, um pouco de romance, faz sentido no contexto e fica lindo’. (...) ‘eu sei que os autores deixam muitas coisas a explicar. Ele tá falando umas coisas do personagem e você se interessa por ele, acha maravilhoso e daí o autor não termina de explicar, continua no próximo livro. É gostinho de quero mais. É uma estratégia’

Como argumenta Raquel, os livros em séries proporcionam ‘um gostinho de quero mais’ e se valem de estratégias (termo usado pela própria jovem) que permitem a expansão da história e a expectativa do leitor quanto ao desenrolar do enredo ou o aprofundamento de um personagem. Tais estratégias conclamam à continuidade da leitura e/ou ao consumo de uma série de produtos culturais – livros, filmes e autores –, na tentativa de fidelizar o leitor-consumidor. Em alguns casos, evidencia-se uma clara preocupação mercadológica e com a lógica do consumo, deixando em segundo plano a preocupação estética e literária.

ENTRE PERSONALIDADES E CELEBRIDADES DAS REDES

Com os dados da pesquisa também foi possível observar como alguns autores, juntamente com a indústria cultural e editorial, têm criado canais de comunicação direta com seus leitores – fóruns, wikis, redes sociais, Youtube – aproveitando esta lógica de visibilidade e de conectividade. Surgem, dessa forma, alguns ‘famosos’ no universo das mídias, que vão dos próprios autores aos novos ‘críticos literários’, que criam canais especificamente para fazer comentários e indicações de livros e autores, os booktubers, e acabam se transformando em verdadeiras celebridades nas redes. Esses produtores de conteúdo digital fazem movimentar um grande mercado da indústria cultural e são, muitas vezes, presença marcante em eventos literários como Feiras e Bienais do Livro, angariando público e fomentando negócios, em uma programação abrangente que mescla literatura, gastronomia, cultura, negócios, diversão e espetáculo.

Observa-se que os *youtubers* ou *influencers* são personagens contemporâneos que sobrevivem da visibilidade e, inseridos nas sociedades de consumidores, também se constituem como uma mercadoria que deve ser desejada e consumida. Para Sibília (2016), esses personagens que atuam nos cenários das mídias são capitaneados pela indústria do espetáculo, convertendo-se em personagens e em mercadoria ao mesmo tempo. Em um movimento de espetacularização e ficcionalização, paradoxalmente, parecem se tornar mais reais, passando a habitar um imaginário espetacular, como marca, espécie de grife, que “performam nas telas e suscitam processos de identificação nos sedentos espectadores” (SIBILIA, 2016, p. 300). Identificados com essas personalidades visíveis nos mostruários da mídia, os jovens leitores querem consumir seus produtos: vídeos, livros, shows, como relata a jovem Karla, no

Igrupo de *WhatsApp*: ‘Eu acho o livro da Ellora muito importante, eu daria o livro dela para todas as minhas amigas adolescentes’.

Quanto à nova relação leitores-autores, a jovem Mary, no grupo de *WhatsApp*, faz depoimento acerca de sua ‘vida de leitora’: ‘Não sigo nenhum *Booktuber*, só autores específicos no *Twitter*. Sigo a Jojo Moyses e o John Green. Gosto muito da Jojo, ela escreve de forma leve, gostei muito’. Ao seguir os perfis dos autores prediletos, Mary estabelece uma conexão com conteúdos que envolvem o autor, suas obras e novidades, estabelecendo conexões com um universo que amplia os contornos do literário.

Também permeado pelos tentáculos da cultura digital e sua proposição de visibilidade, um gênero literário reconhecido por sua potencialidade humanizadora e reflexiva, mas que parecia não mais ocupar um lugar significativo entre os jovens que vivem em meio à turbulência e à velocidade do século XXI, foi citado – a poesia. Alguns poetas contemporâneos têm logrado se aproximar dos jovens leitores abordando temas de seu interesse, tais como: condição da mulher, seu empoderamento, violências e novos valores sociais alinhados às sociedades de consumo. Foram citados quatro poetas – duas mulheres, estrangeiras, e dois homens, brasileiros – que surgiram e adquiriram visibilidade nas redes sociais, utilizando uma linguagem direta e abordando temáticas contemporâneas. Importante salientar que as referências aos livros de poemas foram feitas apenas pelas meninas. Nos diálogos com o grupo de *WhatsApp* a poesia surge: ‘amo poemas porque eu gosto de sentir o que as outras pessoas sentem’, ‘me identifico lendo e sentindo o sentimento que eles escrevem’, ‘sigo pessoas no *Twitter*, *Instagram* e leio *fanfics*’, ‘quando li *Outros Jeitos de Usar a Boca*, da Rupi Kaur, era exatamente o que eu precisava ler, era o que eu precisava ouvir de mim mesma pra perceber que deveria seguir o que estava escrito ali. A frase me fez entender que não posso ter ou fazer alguém ficar, mas que eu posso ir’.

Assim, podemos perceber que a escrita poética de autores contemporâneos tem conseguido atingir seu objetivo de tocar e fazer aflorar a sensibilidade humana, possibilitando reflexões existenciais. As redes sociais também são grandes aliadas na propagação da palavra literária contemporânea, pois os autores de poemas citados interagem com o público-leitor através das redes. Observamos o modo como a cena poética dialoga com problemas comuns ao espaço contemporâneo, tais como lutas e reflexões, sem perder sua potencialidade de alinhamento com o tecido de relações sempre em movimento, nos fazendo pensar a transformação, o impensado, o novo e o latente presentes na sociedade contemporânea.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da visão de analistas culturais contemporâneos, articulada aos dados que obtivemos com adolescentes alunos de escolas públicas, podemos reafirmar a força com que a cultura digital tem oportunizado novos engajamentos que fazem prosperar novas práticas de leitura. Nesse sentido, problematizamos os alicerces do que se entendia, até então, como práticas válidas de leitura e convenções do cânone literário. Há uma efervescência de práticas capazes de instaurar uma nova lógica de produção, circulação e consumo literário, dando visibilidade a novos personagens, práticas e possibilidades de sentido que transformam e revolucionam nossas escolhas.

Nesse contexto, o presente trabalho interpreta tal dinâmica dentro do que chamamos de uma nova ecologia literária, respaldada também pelos resultados da pesquisa. Em suas vivências cotidianas, os jovens leitores deram corpo, forma e sentido aos entrecruzamentos e enlacs dessa literatura que se apresenta “espraiada pela cultura” (COSSON, 2017, p. 19), em que as redes sociais se estabelecem como uma forte aliada na propagação da palavra literária contemporânea. Isso significa dizer que as vivências entre as páginas impressas e as telas digitais móveis vêm estabelecendo novas conexões de sentido com a ficção literária; compondo a conjugação de novos interesses; fazendo prosperar uma sensação de liberdade, autonomia e participação em um mundo novo que se (re)atualiza e se reinventa a cada instante; dando valor a outras formas de ler a ficção literária; e ao mesmo tempo permitindo que o jovem leitor se reconheça entre pares. Assim, tais narrativas permitem que

vozes, opiniões e questionamentos sejam audíveis e visíveis entre aqueles que partilham as mesmas práticas culturais, permitindo o engajamento e consumo de narrativas e conteúdos literários (e dos não tão literários) que circulam nas redes digitais, associando-os às descobertas de novos livros, autores, enredos, comentários, vídeos, games e toda uma gama de produções, capazes de propor novas ‘experiências’ de leitura, ainda que tais leitores pareçam atuar muito mais como consumidores do que propriamente como produtores desses conteúdos.

Assim, a ligação entre os interesses da produção editorial, cinematográfica e de entretenimento tem funcionado de forma sincronizada e globalizada por meio de livros e outras produções culturais traduzidas e/ ou adaptadas, primordialmente, do mundo anglófono, que estabelecem tendências e temas preferenciais das linhas editoriais e compõem um universo ficcional expandido, espaço onde várias linguagens se conectam e se retroalimentam. Das páginas do livro para a tela do cinema, da TV ou do celular, do filme para a música – múltiplos são os trânsitos que fazem com que as narrativas textuais, imagéticas ou sonoras se mesquem, se complementem, se ampliem. Estabelece-se, assim, certo paradigma de leitor, um determinado modelo de fazer literário e um paradigma de apropriação de tal modelo que pode oportunizar aos jovens leitores a construção de novos itinerários de leitura, respaldando a sensação de liberdade das escolhas literárias, embora, muitas vezes, sejam pautadas pela lógica de consumo.

Vivemos tempos de mudanças que também perpassam as leituras, o fazer literário e sua fruição. Tais mudanças parecem se concretizar com mais força nos nativos digitais, que estão efetuando em suas práticas uma amálgama entre a descoberta da arte milenar da palavra e a adesão às novas formas de interagir, de consumir e de viver num mundo radicalmente marcado pelo digital.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Vítor Manuel. Teoria da literatura. Coimbra: Almedina, 1998.

CANCLINI, Nestor G. Consumidores e Cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

_____. Leitores, espectadores e internautas. São Paulo: Iluminuras, 2008.

_____. Culturas Híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Ed. Edusp, 2013.

CÂNDIDO, Antonio. A literatura e a formação do homem. Ciência e Cultura. São Paulo, 24(9), p.803-809, 1972.

CHARTIER, Roger. A aventura do livro. Do leitor ao navegador. Conversações com Jean Lebrun. São Paulo: Editora UNESP/ Imprensa Oficial do Estado, 1999.

CASTELLS, Manuel. Communication Power. New York: Oxford University Press, 2009.

COLLINS, Jim. Bring On The Books for Everybody. How literary Culture Became Popular Culture. Paperback, 2010.

COSSON, Rildo. Letramento literário: teoria e prática. São Paulo: Contexto, 2017.

DELBRESSINE, Daniel. Le Roman pour adolescents aujourd'hui: écriture, thématiques et réception. Paris: SCÉRÉN-CRDP de Académie de Créteil / La Joie par les Livres – Centre national du livre pour enfants, 2006.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; Green, Joshua. Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Editora Aleph, 2014.

KIRCHOF, Edgar Roberto. Como ler os textos literários na era da cultura digital? Estudos de literatura brasileira contemporânea, n. 47, p.203-228, 2016.

LLUCH, Gemma. La comunicación literaria y el tipo de lector modelo que propone la actual Literatura Infantil. Educación y Biblioteca, 11(105), p.20-27, 1999.

_____. Análisis de narrativas infantiles y juveniles. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2003.

_____. Literatura infantil e outras narrativas periféricas. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2009.

_____. Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. Ocnos: Revista de estudos sobre lectura, n.11, p.7-20, 2013.

MANGUEL, Alberto. Sobre la lectura. In: 101 Aventuras de la lectura. Ciudad de México: IBBY y Artes de México, 2007, p.9-19.

SIBÍLIA, Paula. O Show do Eu: a intimidade como Espetáculo. Rio de Janeiro, Contratempo, 2016.

Artigo recebido em: 10 Abr. 2020. | Artigo aprovado em: 29 Maio 2020.

[i]. É professora titular aposentada da Faculdade de Educação da UFRGS, e professora permanente convidada do PPG Educação na mesma unidade. Foi bolsista de produtividade em pesquisa do CNPq, por mais de quinze anos, desenvolvendo principalmente projetos ligados a discursos, leituras e literatura infantojuvenil. É pós-doutora pela Universidade de Lisboa e pela Universidad Autónoma de Barcelona. Possui doutorado em Educação (UFRGS), mestrado e graduação em Letras pela mesma instituição. É coordenadora do NECCSO (Núcleo de Estudos sobre Currículo, Cultura e Sociedade), grupo de pesquisa sediado no PPG Educação da UFRGS e fundado em 1996.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5797-6627>

E-mail: rosamhs@gmail.com

[ii] Doutora em Educação (UFRGS), desenvolvendo pesquisa sobre práticas de leitura de jovens leitores inseridos na cultura digital. Mestre em Educação pela Universidade Luterana do Brasil. Graduada em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Pesquisadora associada ao NECCSO (Núcleo de Estudos sobre Currículo, Cultura e Sociedade), grupo de pesquisa sediado no PPG Educação da UFRGS e fundado em 1996.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8350-7701>

E-mail: patriciaoliveira.m@gmail.com