

MATERIALIDADE E CONSUMO DE LIVROS: A CULTURA MATERIAL E A RELAÇÃO ENTRE O LEITOR E O LIVRO IMPRESSO

GABRIEL CAVALCANTI FRANÇA

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA (UEPB)

BRUNNO FERNANDES DA SILVA GAIÃO

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA (UEPB)

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e à Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) pelo financiamento e suporte necessários para a realização desta pesquisa.

MATERIALIDADE E CONSUMO DE LIVROS: A CULTURA MATERIAL E A RELAÇÃO ENTRE O LEITOR E O LIVRO IMPRESSO

1 INTRODUÇÃO

Os índices recentes de consumo de livros no Brasil indicavam uma ligeira melhora nos resultados em 2019. O mercado livreiro nacional apresentava um crescimento de 4,6% de faturamento e 1,3% de aumento no volume de vendas em 2018 na comparação com 2017. Em 2018 foram vendidas pouco mais de 44 milhões de unidades de livros no país, movimentando R\$ 1,863 bilhões (NIELSEN, 2019).

Esta melhora, contudo, não mascara a queda de desempenho do setor ao longo dos últimos anos. Em meio a um cenário macroeconômico nacional de crise o setor livreiro apresentou 4 anos de quedas de desempenho, de 2013 a 2016. O ano de 2017 apresentou um discreto crescimento de 3% no faturamento, seguido oscilação em 2018 (G1, 2018) e um bom desempenho em 2019 (PUBLISHNEWS, 2020a).

Então veio a pandemia de Covid-19 e o mercado mundial sofreu impacto em todos os setores. Em abril e maio de 2020 o varejo de livros apresentou queda de 47,6% e 33% de seu faturamento, respectivamente. O ano de 2020 já contabiliza queda de 13% de volume de vendas e de faturamento (PUBLISHNEWS, 2020b). Ainda mais grave nos parece ser o fato de que ao longo dos últimos 14 anos o mercado editorial brasileiro apresentou retração de 20% (PUBLISHNEWS, 2020c).

A instabilidade dos números de vendas parece ser reflexo de outros fatores que afetaram o setor livreiro. Em meio à crise econômica nacional grandes redes de livrarias anunciaram o fechamento de dezenas de lojas no país, apresentaram pedidos de concordata e renegociação de dívidas, uma das maiores editoras do país passou a ter como sócio majoritário um grande grupo editorial internacional (PUBLISHNEWS, 2018).

Somado ao contexto mercadológico local, à tendência de crescimento do mercado de livros digitais se apresenta como um elemento capaz de gerar alterações mais profundas nas práticas de compra e consumo dos leitores ao redor do mundo. Enquanto no Brasil o número de e-books comercializados ainda representa cerca de 2% do total de vendas, nos Estados Unidos, país no qual o livro digital mais se popularizou, este número chega a 15% (FOLHAPE, 2018).

Todos estes fatores apontam para um momento de mudanças no mercado livreiro, tanto mundial como nacionalmente. Entretanto, o livro ainda parece ocupar um papel de destaque, símbolo de conhecimento em nossa sociedade. Assumindo um arcabouço teórico fundamentado na análise da cultura material na trajetória da humanidade e na contemporaneidade, entendemos que o livro pode ser analisado para além de seu aspecto meramente funcional. Segundo Batinga, Pinto e Guimarães (2017), somos fortemente influenciados pelo mundo material que nos cerca, tanto na forma como enxergamos a realidade quanto na maneira como interagimos com ela. Diante deste cenário de incertezas, nos parece premente investigar a relação entre o consumidor e o livro, a fim de compreender o que este objeto representa para os leitores. Partindo do contexto apresentado, este artigo tem como objetivo **analisar a relação de leitores com o livro impresso, enquanto objeto da cultura material**.

Por meio desta pesquisa buscamos contribuir com o melhor entendimento do público consumidor de livros, indivíduos inseridos em um mercado que atravessa mudanças profundas e parece buscar ainda a adequação às novas demandas que estão surgindo na sociedade. Se por um lado o formato digital parece apontar para o futuro do mercado livreiro, julgamos imprescindível compreender de que maneira a relação do leitor com o livro é pautada pela materialidade do objeto. Portanto, o estudo da cultura material e da materialidade nos direciona a um entendimento mais profundo da relação sujeito-objeto, fazendo assim com que tenhamos

uma base de conhecimento maior para compreender a experiência do consumidor na relação com o livro.

2 BREVE HISTÓRIA DO LIVRO

Segundo Darnton (2010), o livro é um dos mais importantes meios de comunicação já inventados pelo homem, e é utilizado desde a invenção da escrita para a difusão de conhecimento. Com o surgimento da escrita se iniciaram os primeiros registros do homem com o objetivo de transmissão de informações. Antes da era moderna o formato e material utilizados para a confecção dos livros variava de acordo com os recursos e instrumentos que cada civilização dispunha em seus respectivos contextos. Eram comuns livros escritos em barro, madeira, metal, bambu dentre outras formas bastante incomuns em comparação com a que já estamos acostumados, e devido à utilização desses elementos a mobilidade e durabilidade dos livros eram bastante limitadas. Só depois com a utilização de materiais mais flexíveis, como papiro, tecido, couro e por fim o papel, que foi permitido o aumento da mobilidade destes objetos, já que poderiam ser dobrados ou enrolados com maior facilidade. Esse momento compreende as idades antiga e medieval da história, nas quais, a princípio, o livro possuía um propósito documental, sem que ainda tivesse destaque como um meio de registrar histórias, contos, poemas, entre outros (CALDEIRA, 2002). Ao longo da Antiguidade e da Idade Média, muitas inovações foram bastante importantes para contribuir com o avanço dos formatos dos registros escritos. Desde o papiro e a encadernação de pergaminhos, além da padronização do tamanho da folha e do formato da escrita, até os volumes com páginas costuradas, formato denominado de códice (JAGUARIBE, 1999).

Na idade moderna surge na Europa a prensa móvel, que foi criada por Johannes Gutenberg, alemão que viveu no século XV. Segundo Virginio e Nicolau (2012), com a invenção da prensa ocorreu um aumento da viabilidade para a produção em massa de livros. A prensa se tornou assim um importante produto comercial e de difusão de informações e conhecimentos, que influenciou os séculos seguintes. A engenhosidade de Gutenberg e sua inovação proporcionou um movimento de popularização do livro e o crescimento da imprensa, além da contribuição para a democratização do saber. Com a produção em série graças à prensa, o livro passou a ser um produto comercial com um formato e aspecto visual que facilitavam do seu consumo. Assim, entendemos que a criação de Gutenberg foi de enorme importância para a difusão do livro como um produto mais acessível para a população como um todo (LYONS, 2011).

Alguns movimentos intelectuais progressistas foram bastante significativos para o desenvolvimento da literatura e disseminação do consumo de livros, dentre esses ressaltamos o Iluminismo, que tinha como objetivo a defesa do conhecimento e da liberdade. A l'Encyclopédie, de Voltaire, é uma importante obra do século XVIII, que afetou o pensamento do homem daquele tempo. Com essa obra se abriram possibilidades de estudar um circuito de informações com a disponibilização de diversos assuntos para o público letrado e ainda assim expondo os ideais progressistas que eram características do iluminismo. Além desta obra outras se destacaram, A crítica da razão pura (1781) de Immanuel Kant, Contrato Social (1762) de Jean-Jacques Rousseau, dentre diversas que espalhavam conhecimento filosófico, científico, artístico e político (DARNTON, 2011). Ainda nesse movimento surgiu a República das Letras, a união dos principais autores para compartilhar do “espírito” iluminista também no mundo da literatura:

O século XVIII imaginava a República das Letras como um reino sem polícia, sem fronteiras e sem desigualdades, exceto aquelas determinadas pelo talento. Qualquer um podia fazer parte dela exercendo os dois atributos principais da

cidadania: ler e escrever. Escritores formulavam ideias e leitores as julgavam (DARNTON, 2010, p. 16-17).

Assim, Darnton (2010) descreve como os iluministas da República das letras desejariam que a palavra fosse difundida através de suas obras e seus livros. Porém, os ideais de liberdade, democracia e conhecimento defendidos na época não necessariamente eram refletidos plenamente na realidade. A parcela alfabetizada da população naquela época era bastante pequena, e só quem tinha acesso a esse tipo de conteúdo eram os ricos e privilegiados que tinham condições de ter a educação e até mesmo de patrocinar os pensadores do movimento. Só mais tarde com a difusão dos ideais de liberdade e conhecimento nos Estados Unidos da América e na Europa houve um aumento efetivo da presença da educação para alfabetização da população em maior escala, gerando assim um reflexo perceptível no consumo de livros como um todo.

2.1 A história do livro no Brasil

A chegada da prensa no Brasil ocorreu em 1808, a partir de um projeto de implantação da imprensa e de modernização do país pela família real portuguesa, recém chegada da Europa fugindo das invasões napoleônicas. A mando do príncipe regente D. João VI foi criada a imprensa Régia, um marco tardio para a história nacional, que permitiu a impressão de documentos, obras literárias e obras políticas. Em seus primeiros anos ocorreram mais publicações didáticas do ensino superior, que era um privilégio para os poucos alfabetizados que detinham a riqueza concentrada no país. Além da prensa, juntamente com a comitiva portuguesa foram trazidos 60 mil volumes de livros da biblioteca real, o que junto com a corte letrada impulsionou a abertura de livrarias na então capital Rio de Janeiro. Porém, a maioria dos livros brasileiros ainda eram impressos na Europa até meados de 1925, quando Octalles Marcondes Ferreira (1899-1972) com a supervisão de Monteiro Lobato (1882-1948) abriram a editora Companhia Editora Nacional.

Segundo Rosa (2009), no contexto de pós revolução de 1930 houve uma padronização maior da educação brasileira e surgimento de várias instituições de ensino superior. Com isso foi potencializada a criação de bibliotecas para essas universidades recém criadas, fazendo com que aumentasse o contato da população com o livro e a popularização deste meio de comunicação.

Após golpe militar de 1964 houve um crescimento no mercado editorial brasileiro que se manteve em ascensão devido à aquisição de livros didáticos produzidos para os programas do governo. Porém com a imposição do AI-5, no final de 1968, a repressão política e a censura se intensificaram e a censura prévia passou a atingir os livros. Sendo assim, os livros poderiam ser censurados antes mesmo de serem impressos, dificultando o trabalho dos autores que não podiam se expressar livremente. Só no final do século XX, com o fim da ditadura militar e da censura, se torna mais popular e fácil o acesso a leitura de qualquer gênero sem censura. Como destaca Sá Earp e Kornis (2005), somente nos anos 2000 com o fortalecimento da economia no país e o maior desenvolvimento de livros por autores nacionais se tornou mais comum a compra e consumo de livros pelos brasileiros.

3 O MERCADO LIVREIRO MUNDIAL

Com a maior facilidade de impressão de livros e possibilidades de produção em massa, o livro se tornou um produto gerador de renda e lucro, abrindo um mercado de consumo que vem crescendo e tomou forma bastante expressiva nas últimas décadas. Segundo Zaid (2004) são editados anualmente em torno de um milhão de novos títulos em todo o mundo, cada um com tiragens de milhares de cópias e esses números só vem em crescente evolução desde a invenção das impressoras móveis. Com esses dados, podemos notar a evolução na produção

global de livros e como já é perceptível a sua consolidação. Desde 1550 até 1850 houve uma crescente em relação ao número de publicações de livros, entretanto em um ritmo menos intenso. Por volta de 1850 houve uma aceleração no ritmo de publicações de novas obras que se mantêm em viés de alta até os dias atuais.

Como já visto, o mercado de livros está em crescimento desde a popularização do consumo de livros. Os países que mais leem livros no mundo são China, Estados Unidos e Reino Unido (GFK, 2017), dessa forma os que têm maior mercado para a venda de livros. Essas nações têm economia forte e no caso das duas primeiras com grande número de habitantes. Os Estados Unidos, a maior economia do mundo, detêm as maiores cifras internacionais no comércio de livros. Em 2017 foram vendidos cerca de 678,3 milhões de livros (PUBMAGNET, 2017), com preços considerados medianos, atingindo maior parte da população. Mas a maior política de apoio ao livro é representada pelas aquisições do próprio governo com foco em livros didáticos para estudantes, sendo essas 38% de todos os livros vendidos no país (EUROMONITOR, 2003).

O surgimento da Amazon no país como um *ecommerce* de livros e o estabelecimento de grandes redes de livrarias impulsionaram a venda de livros diretamente para o consumidor final. Além disso, nos últimos anos o aumento no consumo de livros eletrônicos e popularização de *e-readers* facilitaram o acesso ao *e-book* e com isso a compra e a leitura de livros tanto virtuais quanto analógicos no país. Com a chegada da era digital e a proliferação do comércio eletrônico, abriu-se também um novo mercado baseado no já existente: o de livros digitais. Atualmente, segundo Virginio e Nicolau (2012), a venda de livros digitais ultrapassa a venda das versões impressas, nos Estados Unidos.

3.1 Mercado Brasileiro

O Brasil, também representa um mercado considerável de livros, porém com um potencial ainda não plenamente explorado. Mesmo assim o consumo de livros no Brasil teve um aumento de 3,74% em 2018 (CBL, 2018) e de 10,7% em 2019. Tendo em vista que a média de livros lidos por habitante no Brasil é de 2,43 por ano (PRÓ-LIVRO, 2016), notamos que se trata de um número baixo. Entretanto, por ser um país populoso o Brasil ainda apresenta números expressivos no mercado de livros a nível internacional. Em 2019 foram vendidos 434 milhões de exemplares (PUBLISHNEWS, 2020a).

O governo brasileiro é o maior responsável pela compra de livros, cuja cifra é próxima dos R\$ 2 bilhões de gastos em 2011 (segundo dados do próprio governo), em sua maioria de didáticos destinados a escolas públicas e universidades, sendo o maior detentor de iniciativa de compra de livros.

Segundo Procópio (2013), antes da vinda de grandes *ecommerces* internacionais com suas *eBookstores* já existiam no Brasil lojas que começaram com a venda de livros online. Seguindo a tendência de comércio eletrônico presente no mercado como um todo, as vendas online de livros vêm ganhando força. Com isso houve uma diminuição dos preços das obras vendidas através da internet, devido ao menor custo de manutenção de uma livraria *online*, desse modo aumentando a possibilidade de compra pelos consumidores, ampliando o mercado nacional de livros.

No Brasil, o consumo de *e-books* pode crescer de forma expressiva devido a influência do aumento no comércio de aparelhos de informática. Segundo Procópio (2013), é o que aponta o mercado, já que o consumidor brasileiro se destaca no ranking de consumo de eletrônicos, principalmente smartphones e tablets. Com esses dispositivos nas mãos dos brasileiros se torna promissor o mercado de livros digitais, devido aos consumidores estarem cada vez mais conectados.

4 MATERIALIDADE

O livro é um objeto inserido em nossa sociedade há séculos, por isso é importante refletirmos sobre seu papel dentro da cultura material, perspectiva que nos permite analisar e melhor compreender a relação entre o homem e o livro.

Segundo Dohmann (2013) o homem é o único animal que consegue produzir instrumentos para utilizá-los como ferramenta de sobrevivência e investe também na constante evolução e aperfeiçoamento destes instrumentos. E com isso ao longo do tempo foi se evidenciando uma relação mais próxima com os objetos, sendo feita assim uma história consistente dessa relação do ser humano com o mundo material que o cerca. O “Materialismo é um conceito interdisciplinar já vastamente pesquisado que examina as tensões do mundo material entre a sociedade e o indivíduo” (ARCURI, 2016, p. 4).

Essa relação do homem com suas criações materiais que podem ter diversas funções é a cultura material. De acordo com Daniel Miller (2007; 2013) existem duas abordagens teóricas que determinam a visão do que de fato trata a cultura material: uma é a marxista, focada no entendimento das condições históricas e materiais para a produção do objeto e, a outra visão ligada ao consumo de massa. Essas teorias apontam que a humanidade é inseparável da sua materialidade. Os objetos ajudam a contar a história do homem e o seu posicionamento acerca do mundo ao seu redor.

A primeira abordagem acerca dessa cultura material foi feita por Karl Marx, no século XIX. “O materialismo histórico concentra-se no trabalho social, nas relações entre natureza/trabalho, trabalho/indústria, e sociedade/história, na apropriação, objetificação e fetichismo da mercadoria” (CARLOS, 2016, p.41). Dando assim a entender as conexões estabelecidas pelo homem com as tecnologias que foram desenvolvidas a partir da revolução industrial (BARCK, 1994). Neste contexto se estabelece uma nova realidade de materialismo, devido à produção em massa, entendida nesta perspectiva como uma forma de relação entre o homem e a natureza. Na visão a materialidade é tomada pela mercadoria, que é aquilo que foi produzido para ser vendido a outros, sendo entendida como ferramenta para o consumismo capitalista.

A crítica do materialismo explícita na literatura manifesta uma noção duradoura de que a cultura material é responsável por uma espécie de contaminação dos indivíduos que se afastariam das relações puras entre si e com a natureza. De acordo com Daniel Miller, “na verdade o ponto central do termo coloquial ‘materialismo’ é que ele representa um apego ou devoção a objetos que tomam lugar de um apego e uma devoção a pessoas” (Miller, 2007, p. 38). Miller defende que este caráter negativo da noção de materialismo amplamente difundido demonstra a necessidade do aprofundamento da reflexão acerca da cultura material. A relação do sujeito com os objetos que o cercam deve ser resgatada em sua importância, pois o artefato material transmite cultura, vivências e simbolismos que envolvem universos mentais com caracterização da subjetividade (MILLER, 2013).

3.1 Relações entre o homem e o objeto

Inicialmente surgindo como simples ferramentas funcionais de caráter prático e de sobrevivência, os diversos objetos permitiram ao homem avançar nas formas de controle do ambiente. Porém no decorrer do tempo os objetos extrapolaram esta função inicial na vida humana, estando presente em diversos aspectos da vida em sociedade. Segundo Dohmann (2013), os materiais passam de condicionados à condicionadores do seu próprio meio ambiente, participando por completo da vida cotidiana, acompanhando os indivíduos do nascimento até a morte.

De acordo com Dohmann (2013), após a revolução industrial quando ocorreu o desenvolvimento do capitalismo e da produção em massa, a posse de materiais passou a ser vinculada a diversos aspectos da vida, não só na rotina ordinária, mas também em sua dimensão sentimental. Para o crescimento do consumismo os objetos como afirma Barthes (2001), superaram a sua função prática comunicando informações e passando há um sentido que transborda o seu uso de fato. Ocorre assim um distanciamento do valor de uso, o significado de possuir um objeto assume a condição de preencher a sua principal função.

Com o desenvolvimento tecnológico da produção e do marketing, cada vez mais foi afastado o objetivo prático do objeto, sendo atrelados aspectos emocionais ao material. Vivemos em um ambiente de constante renovação e é notável o impacto dos objetos na forma em que vivemos e como enfrentamos o cotidiano. O principal objetivo do material passou a ser não apenas funcional, mas sim também estrutural. Como afirma Dohmann (2013), com o capitalismo e consumismo se valorizou a estética e a conexão de valores às mercadorias em detrimento da função técnica, criando assim um processo competitivo para criação de variações de materiais, atrelando-os não só a uma prática de uso e a estética, mas também a sentimentos, valores e emoções.

Os objetos passaram a ser instrumentos de pertencimento social e novas experiências de uso foram atreladas. Fazendo com que até os objetos do cotidiano fossem repensados para satisfazer os critérios que foram expostos com o avanço da cultura material.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa vincula-se como pertencente a uma corrente de pesquisa identificada com o interpretativismo. Ontologicamente, compreendemos a realidade como fruto de uma construção social que tem na linguagem sua matéria fundamental. Assim, nos propomos a compreender o fenômeno objeto de estudo em suas particularidades, sem almejar esgotar seus significados ou explicá-lo de maneira definitiva (LINCOLN; GUBA, 2005).

Partindo deste solo epistemológico adotamos uma abordagem de pesquisa qualitativa, buscando a aproximação e o contato direto com o fenômeno e a perspectiva dos participantes envolvidos (CRESWELL, 2010).

No que concerne ao processo de construção do *corpus* de pesquisa, definimos a aplicação da técnica de entrevistas do tipo semiestruturadas como sendo o meio de contato com os sujeitos investigados. O perfil dos sujeitos de pesquisa foi o de consumidores habituais de livros. Inicialmente adotamos o critério de acessibilidade para selecionar os primeiros entrevistados, para a partir de então utilizarmos a técnica de bola de neve para a definição dos próximos participantes da pesquisa.

As entrevistas foram conduzidas a partir da construção de um roteiro de entrevista composto por tópicos-guia definidos a partir do estudo da literatura sobre o tema em questão. A opção por tal técnica de pesquisa se deu pela inerente flexibilidade que se oferece ao pesquisador no momento da condução da entrevista. Quanto à composição do *corpus* foram realizadas oito entrevistas semiestruturadas, com quatro homens e quatro mulheres, entre maio e junho de 2020.

Logo após o início da construção do *corpus* de pesquisa, deu-se início à análise do material, que foi conduzida por meio da realização de análise de discurso (GILL, 2005), prezando pela identificação da forma como a linguagem foi empregada pelos entrevistados na articulação de significados referentes ao tema investigado. Vale ressaltar que a análise de discurso nos oferece a possibilidade de considerarmos não apenas aquilo que foi dito explicitamente pelos entrevistados, mas também o contexto e o discurso latente às falas em si. Tal processo de análise envolveu as etapas de transcrição das entrevistas, codificação do material e a análise do *corpus* propriamente dita. Para dar suporte ao processo analítico foi utilizada a ferramenta Taguette, CAQDAS (*Computer-assisted qualitative data analysis*

software) online gratuito que auxilia na organização e categorização do *corpus* de pesquisas qualitativas.

Finalmente, é pertinente destacarmos que ao longo de todo o processo de desenvolvimento deste estudo os autores buscaram adotar critérios de qualidade da pesquisa, de acordo com Paiva Jr., Leão e Mello (2011). Tanto no que diz respeito ao processo de construção do *corpus* de pesquisa quanto em sua posterior interpretação buscamos atentar para a reflexividade necessária acerca do processo de análise e dos resultados obtidos. Neste sentido, a constante discussão entre os pesquisadores acerca da condução e dos achados da pesquisa podem ser entendidos como um processo de triangulação de pesquisadores, que confere maior segurança aos resultados.

6 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção apresentaremos os resultados obtidos por meio da análise das entrevistas realizadas em nossa pesquisa. Foram geradas oito categorias, sendo cinco delas correspondentes às manifestações da relação do leitor com o livro impresso, e três categorias referentes a características do livro impresso ou de seu processo de leitura indicadas pelos entrevistados. O Quadro 1 apresenta as oito categorias geradas em nossa análise, bem como suas respectivas definições:

QUADRO 1 – Categorias da análise

A RELAÇÃO DO LEITOR COM O LIVRO IMPRESSO	
O livro como objeto de posse	Relação de posse expressa pelo leitor ao referir-se ao livro.
O livro como objeto de afeto	Relação sentimental estabelecida com o livro, tanto para consigo quanto para com outros indivíduos.
O livro como objeto de admiração	Relação com o livro a partir de seu caráter estético e apelo visual, para além de seu conteúdo.
O livro como objeto material	Relação com o livro como objeto concreto, cuja presença física tem importância para o leitor, bem como com a própria leitura como ato material.
O livro como objeto de dano ambiental	Relação com o livro como produto da exploração de recursos ambientais.
Concentração na leitura	Característica atribuída ao livro impresso, refere-se ao nível de concentração que o leitor tem ao ler um livro físico.
Procedimentos analógicos	Característica atribuída ao livro impresso, referente ao modo de execução de determinadas atividades relacionadas ao ato da leitura decorrentes do seu formato convencional.
Dificuldade de acesso	Característica atribuída ao livro impresso, refere-se ao entendimento do livro como objeto dispendioso, impondo limitações de acesso.

Fonte: Elaborado pelos autores.

A primeira categoria é o **livro como objeto de posse**, que remete ao sentimento que está atrelado à noção de propriedade, como é expresso na seguinte fala: “Acredito que a questão do ter sabe... Você ter uma edição completa física do livro é muito diferente” (E2, p.2). Aqui é

destacada a experiência do ter relacionada à satisfação pela propriedade do objeto que carrega consigo a sensação de posse ao seu leitor. Em outro momento da entrevista destacamos ainda a manifestação da posse como ciúme do livro:

Eu acredito que quando [o livro] é obra física acaba tendo um valor mais... Sabe aquele ciúme que a pessoa tem do livro quando vai emprestar a outra pessoa por exemplo que o livro fica com marcas de uso e aquelas parecem ser dele mesmo, aí acho que o livro físico acaba tendo aquele valor mais sentimental (E2, p4).

Neste trecho fica evidente como o entrevistado estabelece uma relação íntima de posse referente aos seus livros, indicando desconforto ao vivenciar situações em que empresta o objeto a terceiros. Ainda neste trecho de fala é possível identificarmos a manifestação da categoria **o livro como objeto de afeto**, que aborda a relação emocional que o leitor tem com o livro, que acaba provocando e estimulando diferentes sentimentos para si mesmo ou para outras pessoas. Com essa fala fica visível que o livro é percebido como um objeto de valor sentimental, provocando emoções frequentemente atreladas a pessoas.

Ainda nesta categoria o entendimento do livro como um objeto de afeto também se manifesta por meio da possibilidade do livro ser uma forma de transmissão de carinho, como percebemos a afirmação da entrevistada 6 de que o livro pode ser utilizado para “presentear e escrever dedicatória” (E6, p.2). Aqui a entrevistada apresenta o livro como objeto meio de afeto, capaz de materializar o apeço por outra pessoa.

Na terceira categoria é abordado **o livro como objeto de admiração**, aqui será tratado o livro não só como objeto com função de leitura, mas também com função estética, mostrando a variedade de significados que podem ser atribuídos a ele. Esta categoria é expressa pelo entrevistado 2 ao afirmar: “tenho vontade de ter uma biblioteca [...] talvez por ser apegado ainda aos objetos visuais [...] é uma forma de você dar uma cara ao ambiente com aqueles objetos” (E2, p 3). Neste ponto fica evidenciado que o entrevistado também percebe o livro a partir de seu caráter estético, apontando-o como objeto decorativo que pode ser exposto e admirado. A construção de um acervo próprio parece ganhar importância conteúdo em si dos livros ali presentes, mas também pelo capital cultural que seu proprietário pode demonstrar com essa exposição. Esta perspectiva é reforçada pelo entrevistado 8, que ao longo de sua entrevista também demonstrou o interesse de montar um biblioteca e estantes com livros, indicando o o valor de exposição que o livro possui, como podemos perceber no trecho: “Eu acho também que depois que você leu colocar numa estante com os livros que você leu, isso tudo acho que causa uma sensação de dever cumprido, ou algo desse tipo” (E8, p. 1). Os livros dispostos em uma estante surgem como ainda como marcadores da sensação de dever de leitura completo, representando outro sentimento atrelado a exposição dos livros.

A quarta categoria trata do **livro como objeto material**, destacando a relação do livro como objeto concreto, cuja existência na forma física tem grande importância para o leitor. Esta categoria envolve ainda a percepção do leitor acerca de detalhes da materialidade do livro que de alguma forma influenciam sua relação com o objeto e com o próprio ato de leitura. O trecho de entrevista a seguir ilustra tal categoria:

O livro físico, o tempo de leitura acaba sendo maior por cansar menos a vista e por ter menos distração envolvida. E também pelo embalo que você vai pegando lendo e passando as páginas. E a quantidade que você tá lendo, você acaba sendo incentivado a ler mais, porque esse processo do começo ao fim do livro, que no livro físico você consegue ver fisicamente (E1, p. 3).

Na fala do entrevistado fica evidente o quanto a relação com a materialidade do livro afeta seu processo de leitura, especialmente quando ele associa o ato de passar as páginas com a sensação de progresso na leitura do livro e a percepção de aproximação do fim da obra.

Em outro trecho é mencionada a relevância da presença física do livro na rotina dos entrevistados, como quando um deles afirma: “[...] quando você tá com o livro físico, você tá lendo ele e você tá sempre com ele ali na cabeceira” (E8, p. 3). O cheiro do livro é citado em determinado momento como uma característica destes objetos que é percebida pelos leitores, como é observado por uma das entrevistadas: “você tá com o livro em mãos, pelo cheirinho do livro também que eu acho que á é uma coisa mais emocional, uma coisa psicológica, mas eu acho mais interessante [o consumo do livro] por esses motivos” (E3, p.2). Esse trecho é importante para notarmos que não só o conteúdo do livro provoca é levado em consideração pelos indivíduos. Por fim, os entrevistados também trataram o livro como um objeto que pode se deteriorar e perder sua utilidade com o passar dos anos, sendo também sensíveis a demais materiais que podem acabar o estragando, como expressa o entrevistado: “Você pode querendo ou não perder o livro de alguma forma, ou você molhar ou deixar em algum canto” (E4, p. 2). Neste sentido, resgatamos trecho já mencionado acerca das “marcas de uso e aquelas parecem ser dele mesmo”, que indica o desgaste do livro como elemento que chama a atenção dos leitores. Esta deterioração do livro é lamentada ao mesmo tempo em que parece conceder identidade ao objeto, particularizando-o.

Na categoria **livro como objeto de dano ambiental**, o livro é apresentado como um produto que consome recursos naturais em sua cadeia produtiva, causando impacto direto na natureza, isso foi mencionado por um dos entrevistados como uma preocupação que pode influenciar sua escolha de compra: “as desvantagens [da produção de livro] é que você prejudica o meio ambiente” (E6, p. 2). Apesar da menção aqui presente, reflexo das preocupações ambientais amplamente discutidas em nossa sociedade, esta categoria se manifestou pontualmente, não indicando ser um fator preponderante entre os entrevistados.

Em seguida temos categorias direcionadas a características do livro e de seu processo de leitura. A **concentração na leitura** foi amplamente mencionada durante as entrevistas, sempre na comparação entre o livro impresso e seu correspondente digital:

E o livro físico convencional, eu acho que a leitura acaba sendo mais como eu falei anteriormente concreta, você tem um contato físico e eu acho que isso é muito importante também, você quer um contato físico com a obra que você tá consumindo e também você não tem uma distração (E1, p. 2).

Aqui é colocado o livro impresso como um objeto que minimiza distrações ambientais, o que é reforçado pelo trecho: “o livro físico o tempo de leitura acaba sendo maior por cansar menos a vista e por ter menos distração envolvida” (E1, p.3). Parece ser comum aos entrevistados o entendimento de que a utilização de aparelhos conectados à internet para leitura acaba prejudicando a concentração devido às notificações de outras informações que são emitidas. Isto é expressamente mencionado no trecho: “com o celular, às vezes você utiliza com a internet ligada, então a pessoa fala com você em aplicativo de mensagem aí você já quer olhar e aí aquilo já tira sua atenção da leitura” (E3, p. 2). O caráter “offline” do livro impresso surge como um ponto positivo para os entrevistados.

Outra categoria referente às características do livro é **procedimentos analógicos**, que aborda ações e processos realizados no ato da leitura. Na fala a seguir a entrevistada expressa atividades complementares à leitura: “porque eu gosto de fazer anotações escrever, grifar alguma coisa importante ou palavras que eu não conheço, eu gosto de grifar e colocar um sinônimo do lado, por isso que eu prefiro o livro convencional mesmo, de papel” (E3, p. 2). Aqui são expostas atividades que os leitores apegados ao formato impresso realizam e valorizam, percebendo nisso algo totalmente atrelado ao formato do livro. A facilidade de grifar e fazer anotações no próprio objeto é visto como atributo positivo que complementa o processo de leitura. No entanto, o fato dos procedimentos serem bastante analógicos podem também incomodar, como é dito no trecho “já no livro físico não temos essa opção nós temos que

pesquisar” (E2, p. 2). O entrevistado se incomoda pelo fato do livro não dispor de mecanismos de busca já habituais em nossa sociedade informatizada, uma facilidade que acaba sendo presente nos *e-books*.

Por fim, temos a categoria **dificuldade de acesso**, referente ao fato de o livro ser um objeto considerado dispendioso pelos entrevistados, o que acaba impactando em seu consumo, especialmente em momentos de restrições econômicas. Os entrevistados tratam o livro impresso como algo de valor razoavelmente caro, o que acaba dificultando sua maior popularização e consumo em massa. Uma das entrevistadas afirma que “nem todo mundo pode comprar um livro convencional por que alguns são muito caros” (E7, p. 1). Nessa fala a entrevistada destaca que muitas vezes o custo de ter um livro impresso é muito alto e isso acaba afastando consumidores e o colocando como um objeto de difícil acesso a parte da população, devido ao valor despendido para o seu consumo.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo **analisar a relação de leitores com o livro impresso, enquanto objeto da cultura material**. Para tanto realizamos oito entrevistas com leitores e nos permitiram revelar elementos que consideramos relevantes acerca da relação do leitor com o livro, bem como de aspectos da materialidade do objeto em si.

A partir das oito categorias traçadas em nossa análise foi possível identificarmos aspectos de destaque na relação investigada. Inicialmente, chama nossa atenção o fato de o livro impresso ser um objeto físico que carrega consigo não somente o valor de leitura, mas também um valor estético, que pode ser entendido até mesmo como decorativo. Outros fatores foram colocados em questão como o valor sentimental que acaba sendo desenvolvido pelo objeto físico, inclusive com a possibilidade de o livro poder servir como meio de materialização de afetos, na forma de um presente ou no registro de uma dedicatória endereçada a outra pessoa. O próprio ato de leitura é perpassado pela materialidade do livro, quando descrito de maneira a transparecer a importância atribuída pelos entrevistados às marcas de uso e à presença física do livro em seu cotidiano. Ressaltamos a menção recorrente aos procedimentos analógicos associados à prática de leitura de obras impressas, com a valorização da possibilidade de inserção manual de anotações ou destaques no texto, mas também com a queixa quanto às limitações causadas pela impossibilidade da utilização de mecanismos de busca automatizados no decorrer da leitura.

Assim, finalizado nosso estudo é possível percebermos como o livro se apresenta como objeto material multifacetado, suscitando diversas interpretações e permitindo diferentes formas do leitor relacionar-se com ele. Esta multiplicidade atesta a riqueza do livro enquanto objeto que cruza séculos de nossa história. Mesmo diante de um cenário de transformações no mercado de livros mundialmente, a relação estabelecida entre o leitor e o livro demonstra força e versatilidade capazes de garantir a adaptação do livro necessária mediante as mudanças em curso na sociedade.

Os achados desta investigação lançam luz sobre aspectos muitas vezes deixados à margem de análises do mercado consumidor. Para além da geração de modelos preditivos, este estudo indica diferentes maneiras por meio das quais o leitor se relaciona com livro enquanto objeto de consumo, desvelando formas de sujeição e objetivação às quais leitor e livro se adequam. É possível vislumbrar características marcantes e particulares do livro impresso como objeto distinto de sua variante digital, o que permite refletir sobre como ambos os formatos podem conviver hoje e no futuro que se avizinha.

Julgamos ainda pertinente apontar limitações que acabaram por afetar o andamento da pesquisa aqui apresentada. Devido à eclosão da pandemia de Covid-19 foram necessários ajustes a fim de superar algumas barreiras no processo de construção do *corpus* de pesquisa.

Mas com ajuda da tecnologia e da internet contornamos esse problema e conseguimos concluir nossa pesquisa.

Por fim, a partir dos achados de nosso trabalho entendemos que seja possível a aprofundamento da investigação do tema em questão, explorando aspectos complementares e derivados. Dentre as sugestões de futuras pesquisas a serem realizadas indicamos a necessidade de compreensão da relação dos leitores com os livros digitais, formatos que cresce rapidamente em aceitação e consumo e que apresenta diversas características notadamente distintas do livro convencional. Sugerimos ainda que sejam realizadas pesquisas voltadas para a experiência de compra de livros pelos leitores, com o intuito de analisar as diferenças entre os ambientes de compra presenciais e online.

REFERÊNCIAS

ARCURI, Adriana. **O ritual de desmaterialização dos objetos singularizados e a transformação da relação pessoa-objeto**. 2016. 117 f. Fundação Getúlio Vargas- Escola de administração de empresas de São Paulo, São Paulo, 2016.

BARCK, K. *Materiality, materialism, performance*. In: GUMBRECHT, H. U. PFEIFFER, K. L. (Orgs.) *Materialities of communication*. California: Stanford University Press, 1994.

BARTHES, Roland. **A aventura semiológica**. São Paulo: Martins, 17 Bense Apud. Santos, op. Cit. Fontes, 2001.

BATINGA, Luna; PINTO, Marcelo; GUIMARÃES, Ludmila. **Por uma compreensão do mundo material: uma biografia da marca Apple**. Cad. EBAPE.BR, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p.263-276, Abr./Jun. 2019.

CALDEIRA, Cinderela. 2002. Disponível em: <<http://www.usp.br/espacoaberto/arquivo/2002/espaco24out/vaipara.php?materia=0varia>>. Acesso em: 12 de Novembro de 2019.

CARLOS, Giovana. **Que coisa é essa? : reflexões sobre a materialidade nos estudos sobre fãs e objetos**. Vozes e Diálogos, Itajaí, v. 15, n. 01, p. 37-48, jan./jun. 2016.

CBL (Câmara Brasileira do Livro). **Painel do varejo de livros no Brasil**. 2018. Disponível em: <[https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2019-10/mercado-literario-brasileiro-esta-em-transformacao#:~:text=Em%202018%20foram%20vendidos%202,R%24%20116%2C9%20mil%C3%B5es](https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2019-10/mercado-literario-brasileiro-esta-em-transformacao#:~:text=Em%202018%20foram%20vendidos%202,R%24%20116%2C9%20mil%C3%B5es.)>. Acesso em: 10 de Novembro de 2019.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto**. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DARNTON, Robert. **A questão dos livros. Passado, presente e futuro**. Tradução de Daniel Pellizzari. São Paulo: Companhia das letras, 2010.

DOHMANN, Marcus. **A experiência material: a cultura do objeto**. Edição 1. Rio Books, 1 de janeiro de 2013.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **The world market for books and publishing**, 2003.

FOLHAPE. **Perspectivas sobre o mercado do livro digital no Brasil: será o fim do papel impresso?**, 2018. Disponível em: <<https://www.folhape.com.br/diversao/diversao/literatura/2018/07/22/NWS,75581,71,585,DI,VERSAO,2330-PERSPECTIVAS-SOBRE-MERCADO-LIVRO-DIGITAL-BRASIL-SERA-FIM-PAPEL-IMPRESSO.aspx>>. Acessado em 20 de maio de 2019.

G1. **Mercado de livros cresce 3% no faturamento em 2017 e registra primeira alta em quatro anos**, 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/mercado-de-livros-cresce-3-no-faturamento-em-2017-e-registra-primeira-alta-em-quatro-anos.ghtml>>. Acessado em 20 de maio de 2019.

GFK (*Growth from Knowledge*). Mercado de Livros. 2017.

GILL R. Análise de Discurso. In: Bauer M. W.; Gaskell, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 3a ed. Petrópolis (RJ): Vozes; 2005. p.244-70.

JAGUARIBE, Hélio. O significado do papel para a cultura. In: DOCTORS, M. (Org.); **A cultura do papel**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 1999.

LINCOLN, Y. S.; GUBA, E. G. Controvérsias paradigmáticas, contradições e confluências emergentes. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y.S. (org.). **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

LYONS, M. **Livro: uma história viva**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

MILLER, D. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, Figueiredo, N. M. A. **Método e metodologia na pesquisa científica**. São Caetano do Sul: Yendis, 2007. V. 13, n. 28, p. 33-63, 2007.

MILLER, D. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

NIELSEN, Sindicato Nacional das Editoras de Livros. **Painel das vendas de livros no Brasil**. Maio, 2019.

PAIVA JR, F. G.; LEÃO, A. L. M. S.; MELLO, S. C. B. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em Administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 13, n. 31, 2011.

PROCÓPIO, E. **A revolução dos eBooks: a indústria na era digital**. São Paulo, SENAI-SP editora, 268 p., n. 1, 2013.

PRÓ-LIVRO. 2016. **Retratos da leitura no Brasil**. São Paulo, Instituto Pró-Livro. Disponível em: <<http://www.snel.org.br/dados-do-setor/retratos-da-leitura-no-brasil/>> Acesso em: 13 mar. 2020.

PUBLISHNEWS. **A queda das livrarias e o futuro do livro e da literatura**, 2018. Disponível em: <<https://www.publishnews.com.br/materias/2018/11/06/a-queda-das-livrarias-e-o-futuro-do-livro-e-da-literatura>>. Acesso em 20 de maio de 2019.

