

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SÃO PAULO  
CÂMPUS SÃO PAULO PIRITUBA

PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU EM  
HUMANIDADES: EDUCAÇÃO, POLÍTICA E SOCIEDADE

Sueli Bossi da Silva

**O mercado editorial e a influência midiática sobre o público infantojuvenil:** desafios para  
a formação de leitores críticos e humanizados

São Paulo

2021

Sueli Bossi da Silva

**O mercado editorial e a influência midiática sobre o público infantojuvenil: desafios para a formação de leitores críticos e humanizados**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Federal de São Paulo, Câmpus São Paulo Pirituba, como requisito para a obtenção do título de Especialista em Humanidades: Educação, Política e Sociedade.

Orientadora: Profa. Dra. Teresa Helena Buscato Martins

São Paulo

2021

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

Preparada pelo Serviço de Biblioteca e Informação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo campus São Paulo Pirituba

Silva, Sueli Bossi da.

S586m O mercado editorial e a influência midiática sobre o público infantojuvenil: desafios para a formação de leitores críticos e humanizados. / Sueli Bossi da Silva. -- São Paulo Pirituba, 2021.  
49 p. : il. color.; 29,8 cm.  
Bibliografia: p. 44-45.  
Inclui anexo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização)--Curso Pós-Graduação Lato Sensu em Humanidades, Educação, Política e Sociedade do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - Campus São Paulo Pirituba, 2021.  
Orientador: Prof. Dra. Teresa Helena Buscato Martins.

1. Literatura infantojuvenil. 2. Leitores – reação crítica. 3. Mercado editorial. 4. Incentivo à leitura. I. Martins, Teresa Helena Buscato. II. Título.

CDD – 809.89282

Sueli Bossi da Silva

**O mercado editorial e a influência midiática sobre o público infantojuvenil: desafios para a formação de leitores críticos e humanizados**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do título de “Especialista” e aprovado em sua forma final pela Pós-Graduação Lato Sensu em Humanidades: Educação, Política e Sociedade.

São Paulo, 25 de junho de 2021.

---

Prof. Dr. Vagner Luis da Silva  
Coordenador do Curso

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Profa. Dra. Teresa Helena Buscato Martins  
Orientadora  
IFSP-PTB

---

Profa. Dra. Vera Lúcia Teixeira da Silva  
Avaliadora  
UFSCar/UERJ

---

Profa. Dra. Eufrida Pereira da Silva  
Avaliadora  
IFSP-PTB

A Ana e José (*in memoriam*), Márcia e Leda: meu berço.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por ter chegado até aqui, mesmo em meio a uma pandemia e com tantas adversidades.

Às minhas irmãs, Márcia e Leda, pelo incentivo necessariamente a distância, mas tão perto do coração.

À professora Teresa, que com paciência e dedicação me orientou no desenvolvimento deste trabalho.

Aos professores e colegas da pós-graduação, pelas experiências compartilhadas numa atmosfera agradável e produtiva ao longo do curso.

Obrigada!

“A organização da palavra comunica-se ao nosso espírito e o leva, primeiro, a se organizar; em seguida, a organizar o mundo.”

(Antonio Candido)

## RESUMO

A literatura infantojuvenil tem grande peso no mercado editorial brasileiro e é constantemente associada ao ambiente escolar, do qual se espera que venha o processo de formação do leitor. A escola, no entanto, atribui à literatura um caráter de obrigatoriedade, vinculando-a a processos avaliativos, de modo que os jovens leitores tendem a rejeitar o que veem em sala de aula e buscar outras alternativas que o mercado lhes oferece a título de leitura prazerosa e entretenimento. Neste trabalho, com base em um levantamento das obras mais vendidas no período de março de 2019 a dezembro de 2020, segundo dados colhidos no portal PublishNews, e por meio de uma pesquisa bibliográfica, verificou-se quais são os tipos de livro preferidos pelos adolescentes, identificando-se fatores que justificam essas preferências. Constatou-se forte influência do marketing cultural no destaque de obras vinculadas a mídias de amplo alcance, como internet e cinema, além de consumo de livros de atividades e entretenimento, que não se classificam como obras literárias. Em ambos os casos, o jovem é prejudicado por receber pouco ou quase nada de literatura, ou seja, por não dispor de elementos para uma interação com a obra que leve ao enriquecimento de sua bagagem cultural. O alto índice de traduções no ranking das obras mais vendidas também se mostrou relevante, além de trazer à tona a questão da dinâmica de produção editorial no Brasil, com a não regulamentação de profissões como a de tradutor, o que resulta em queda na qualidade do texto versado. Contudo, é entre essas obras traduzidas que se situam os poucos clássicos encontrados nessa pesquisa. Também entre elas estão produções não clássicas, mas com estrutura literária, as quais podem ser úteis em projetos que conduzam o atual público infantojuvenil a um nível de maturidade que desperte o interesse por leituras mais complexas. Enfim, a divergência entre o que o adolescente busca no mercado editorial e o que a escola lhe propõe como leitura precisa ser ponderada em uma possível renovação metodológica, didática e conceitual na escola brasileira para que, ao final do Ensino Médio, os adolescentes possam ser considerados, de fato, leitores críticos e humanizados.

**Palavras-chave:** 1. Literatura infantojuvenil. 2. Mercado editorial. 3. Formação de leitores. 4. Cultura de massa. 5. Marketing cultural.



## ABSTRACT

Children's and teenagers literature is very important in the Brazilian publishing market and it is constantly associated with the school environment, from which the process of reader formation is expected to come. The school, however, attributes a mandatory character to literature, linking it to evaluation processes, so that young learners tend to reject what they see in the classroom and seek other alternatives that the market offers them in terms of pleasurable reading and entertainment. In this paper, based on a survey of the best-selling books in the period from March 2019 to December 2020, according to data collected from the PublishNews portal, and by means of a bibliographic research, it was verified which types of books are preferred by teenagers, identifying factors that justify these preferences. A strong influence of cultural marketing was found in the highlighting of works linked to wide-reaching media, such as the Internet and cinema, in addition to the consumption of activity and entertainment books, which are not classified as literary works. In both cases, the young person is harmed by receiving little or almost nothing of literature, that is, by not having elements for an interaction with the work that would lead to the enrichment of their cultural baggage. The high rate of translations in the ranking of best-selling works was also proved relevant, besides bringing up the issue of the dynamics of publishing production in Brazil, with the non-regulation of professions such as translators, which results in a drop in the quality of the versed text. However, it is among these translated works that the few classics found in this research are located. Also among them are non-classical productions, but with a literary structure, which may be useful in projects that lead the current audience of children and teenagers to a level of maturity that awakens their interest in more complex readings. Finally, the divergence between what the teenagers seek in the publishing market and what the school proposes to them as reading needs to be considered in a possible methodological, didactic and conceptual renewal in Brazilian schools so that, by the end of high school, adolescents can be considered, in fact, critical and humanized readers.

**Keywords:** 1. Children's and teenagers literature; 2. Publishing market; 3. Readers formation; 4. Mass culture; 5. Cultural marketing.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Categorias das publicações editoriais mais vendidas – Brasil

– março/2018 a dezembro/2020..... 38

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil - junho/2019.....	31
Tabela 2 – Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil – junho/2020.....	32
Tabela 3 - Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil – julho/2019.....	34
Tabela 4 - Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil – abril/2019.....	36
Tabela 5 - Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil – outubro/2019.....	36
Tabela 6 - Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil – agosto/2019.....	36
Tabela 7 - Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil – maio/2020.....	37

## Sumário

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 JUSTIFICATIVA .....</b>	<b>13</b>
<b>1.2 OBJETIVOS .....</b>	<b>14</b>
1.2.1 Geral .....	14
1.2.2 Específicos.....	14
<b>2 DESENVOLVIMENTO.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 A LEITURA COMO NECESSIDADE HUMANA E SUAS IMPLICAÇÕES SOCIOECONÔMICAS .....</b>	<b>14</b>
<b>2.2 LEITURA POR OPÇÃO.....</b>	<b>17</b>
<b>2.3 A EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE LITERATURA INFANTOJUVENIL NO BRASIL .....</b>	<b>18</b>
<b>2.4 CULTURA DE MASSAS E MEIO TÉCNICO-CIENTÍFICO-INFORMACIONAL .....</b>	<b>20</b>
<b>2.5 INTENCIONALIDADE DO MARKETING EDITORIAL.....</b>	<b>23</b>
<b>2.6 LITERATURA INFANTOJUVENIL E SEU PÚBLICO .....</b>	<b>24</b>
<b>2.7 A POSIÇÃO DA ESCOLA NA FORMAÇÃO DE LEITORES .....</b>	<b>26</b>
<b>2.8 OS CLÁSSICOS NA LITERATURA INFANTOJUVENIL CONTEMPORÂNEA.....</b>	<b>29</b>
<b>2.9 MERCADO EDITORIAL, ENTRETENIMENTO E MÍDIAS .....</b>	<b>31</b>
2.9.1 Vínculo com mídias.....	31
2.9.2 Edições variadas .....	32
2.9.3 Títulos: destaques e lugar-comum .....	33
2.9.4 Padrões editoriais.....	33
2.9.5 Aspectos da tradução .....	34
2.9.6 Estratégias para aquecimento do mercado.....	35
<b>2.10 PREFERÊNCIAS DO PÚBLICO DE LITERATURA INFANTOJUVENIL .....</b>	<b>38</b>
<b>2.11 REFLETINDO SOBRE RESULTADOS .....</b>	<b>39</b>
<b>3. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>41</b>

# 1 INTRODUÇÃO

O mercado editorial brasileiro iniciou o século XXI em crise. Sob o impacto da recessão econômica mundial de 2008, houve editoras e livrarias que chegaram bem perto da falência ou mesmo que tiveram de encerrar suas atividades. Ao longo de uma década, o mercado tratou de se reinventar, se adaptar a novos sistemas de produção e logística, identificar tendências, enfim, buscar meios de retomar o crescimento. E eis que surge um outro acontecimento, igualmente impactante e de âmbito mundial: a pandemia de covid-19 iniciada em 2020.

Este trabalho foi praticamente todo desenvolvido em meio à pandemia, na expectativa de como será, na prática, o chamado “novo normal” e suas consequências em cada setor da vida humana, inclusive na educação, nas artes, nas comunicações, nas relações socioculturais, setores estes estreitamente relacionados com o mercado editorial. Esse novo mercado do pós-crise de 2008, ainda que abalado pela pandemia, vem mantendo lançamentos editoriais muito bem-sucedidos, grande parte deles voltada ao público infantojuvenil.

A pesquisa proposta busca levantar o perfil das obras infantojuvenis mais vendidas no Brasil no período de março de 2019 a dezembro de 2020, com foco na temática, na classificação do livro, no formato editorial e em peculiaridades que podem ter influenciado o sucesso de vendas.

Procura-se, assim, identificar o que os adolescentes buscam no mercado editorial e o que este lhes oferece. Propõe-se, com base na relação leitor-mercado editorial, um questionamento acerca do porquê de serem determinadas obras as preferidas pelos jovens leitores brasileiros.

## 1.1 JUSTIFICATIVA

O conhecimento da relação entre leitor e mercado editorial, no caso com base nas preferências literárias dos adolescentes, fornece dados importantes para uma avaliação do ensino de literatura, sobretudo nos Anos Finais do Ensino Fundamental e no Ensino Médio. Desde os primeiros anos de escolaridade, o estudante passa por diversos processos pedagógicos voltados para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à literatura. Espera-se, assim, que ao concluir o Ensino Médio ele seja um leitor crítico, capaz de praticar constantemente a leitura de textos diversos e extrair deles o seu significado.

Na atual sociedade globalizada, o jovem recebe um volume excessivo de informações e estímulos tecnológicos que vão além do suporte editorial, o que muitas vezes impossibilita a verdadeira prática da leitura, ou seja, a obra passa a ser consumida de maneira automática, sem que se extraia dela um significado.

Com base na pesquisa aqui proposta, é possível, inclusive, realizar um estudo ampliando as formulações teóricas sobre o tema, analisando, à luz do conceito de literatura infantojuvenil, a classificação das obras levantadas.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Geral**

Conhecer as preferências de leitura do público de literatura infantojuvenil no atual mercado editorial brasileiro.

### **1.2.2 Específicos**

- a) Levantar as principais obras de literatura infantojuvenil vendidas no Brasil no período de março de 2019 a dezembro de 2020.
- b) Identificar aspectos editoriais comuns a essas obras quanto à temática, à classificação do livro, ao formato de edição, entre outros.
- c) Conhecer peculiaridades de obras que estiveram entre as dez primeiras colocadas no ranking das editoras durante o período mencionado.
- d) Identificar, nas obras levantadas, possíveis atrativos para o público infantojuvenil.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

### **2.1 A LEITURA COMO NECESSIDADE HUMANA E SUAS IMPLICAÇÕES SOCIOECONÔMICAS**

A leitura é uma ação absolutamente humana. Inúmeros registros históricos comprovam a necessidade que o ser humano sempre teve de buscar conhecimento e informações que possibilitassem sua sobrevivência. Da mesma forma, comprovam a representação de

informações por meio de sinais dos mais diversos tipos – inscrições e desenhos rupestres, por exemplo -- para serem possivelmente lidos/interpretados mais adiante por outros indivíduos, constituindo os primeiros meios de comunicação da humanidade. É exclusivamente humana a necessidade de representar a própria percepção da realidade assim como o é a intenção de buscar em uma representação aspectos da realidade na qual se está inserido.

O processo de leitura não se restringe ao texto escrito; este é um suporte de representação utilizado pelo escritor, no qual a leitura se dá pela interpretação de elementos linguísticos associados a elementos cognitivos do leitor. A leitura pode se dar também com elementos não linguísticos, como aqueles ligados a emoções, tradições e cultura.

Para Vilson J. Leffa (1996), toda leitura, seja ela de elementos linguísticos ou não linguísticos, implica um processo de triangulação que envolve o indivíduo que faz a leitura, o suporte que contém a representação de um conjunto de informações que será lido e o reflexo da realidade que se forma na mente do leitor quando as informações assimiladas se processam sob a ótica de sua experiência de vida. Assim, Leffa conceitua a leitura como um processo basicamente de representação.

[...] A leitura não se dá por acesso direto à realidade, mas por intermediação de outros elementos da realidade. Nessa triangulação da leitura o elemento intermediário funciona como um espelho; mostra um segmento do mundo que normalmente nada tem a ver com sua própria consistência física. Ler é portanto reconhecer o mundo através de espelhos. Como esses espelhos oferecem imagens fragmentadas do mundo, a verdadeira leitura só é possível quando se tem um conhecimento prévio desse mundo. (LEFFA, 1996, p. 10).

Este trabalho foca a leitura textual, pautada no texto escrito e nos elementos gráficos que o venham a acompanhar. O escritor escreve para que seu texto seja lido, caso contrário, não haverá sentido em se ter uma produção escrita. O processo escrita-leitura estabelece uma interação social entre escritor e leitor tendo por base o texto, nesse caso, o elemento que materializa os significados envolvidos nesse processo.

Para a leitura efetiva de um texto, o leitor deve se valer de seu conhecimento prévio, ou seja, do que vai aprendendo ao longo do tempo por meio das mais diversas situações que vivencia. Isso abrange vocabulário, regras linguísticas, valores diversos, conhecimento de mundo. Não é apenas um nível de conhecimento que torna possível ler e compreender um texto; é necessária a interação de diversos níveis. Por enfatizar a existência de interação entre sujeitos (autor-leitor) bem como entre diversos níveis de conhecimento para que se possa

construir sentido em um texto, Angela Kleiman (2016) caracteriza a leitura como um processo interativo.

[...] E porque o leitor utiliza justamente diversos níveis de conhecimento que interagem entre si, a leitura é considerada um processo interativo. Pode-se dizer com segurança que sem o engajamento do conhecimento prévio do leitor não haverá compreensão. (KLEIMAN, 2016, p. 15).

Na modernidade, o processo escrita-leitura, que, conforme visto, envolve representação, interação, conhecimento, sujeitos, suportes, firmou-se como uma complexa engrenagem que move elementos sociais, ideológicos e artísticos, além da economia dos Estados. Daí ter-se tornado um dos objetos de estudo da Sociologia.

O escritor escreve para o leitor, que, por meio da leitura, interage com o texto escrito. Tanto o leitor extrai significados desse texto como atribui a ele significados condizentes com a sua experiência de vida, com seu ponto de vista diante daquilo que o escritor representou por meio das palavras e que, por sua vez, reflete aspectos da bagagem cultural deste último. É comum o escritor e o leitor não participarem da mesma esfera social, ainda que sejam contemporâneos e vivenciem um mesmo contexto histórico. No caso de escritores não contemporâneos, mesmo o leitor conhecendo aspectos de sua vivência social, o contexto histórico traz outras perspectivas sobre um mesmo assunto. Dessa maneira, há divergências quanto à bagagem cultural, à formação pessoal, à experiência de vida de cada indivíduo, o que resulta na possibilidade de diversas leituras de um mesmo texto.

Na sociedade moderna, saber ler é uma necessidade, uma ferramenta de inserção social e prática cultural, no entanto, em pleno século XXI, o analfabetismo ocorre em vários países. No Brasil, por exemplo, em 2019, a taxa de analfabetismo entre pessoas de 15 anos ou mais foi de 6,6%, o equivalente a 11 milhões de pessoas, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (IBGE, 2021). As mídias de amplo alcance, além de não trazerem a realidade desses dados para sua dinâmica de comunicação em massa, criam *slogans*, ícones, imagens, linguagens coloquiais que se impregnam na memória coletiva, levando muitas pessoas a assimilar informações padronizadas para uma mínima interação com a sociedade da qual fazem parte. Com isso se constrói uma ideia errônea de que muitas pessoas sabem ler quando decifram breves mensagens em placas, cartazes e letreiros, por exemplo. No entanto, a interação social pela leitura abrange esferas que exigem muito mais que decifrar códigos; exigem captar o sentido do texto e interagir com o conteúdo expresso em suas linhas e entrelinhas. É nesse processo que o leitor levanta questionamentos e reflexões que contribuem para ampliar seu conhecimento e descortinar uma visão madura e crítica da sociedade moderna.



Existem vários tipos de leitura, conforme o fim a que ela se destina em determinada ocasião. A compreensão de documentos, textos formais ou instrucionais, por exemplo, requer uma leitura técnica, necessária para a solução de um problema, seja ele legalizar uma ação, provar um fato, orientar um procedimento, entre outros.

Já a leitura que estabelece relação com um objeto artístico, como no caso de um texto literário, é aquela que se reverte em uma ação prazerosa, constituindo-se, assim, em objeto de escolha. Nesse caso, multiplicam-se as possibilidades, tanto de leitores -- haja vista a imensa variedade de perfis, tomando-se por base a faixa etária, a classe social, o estilo de vida, a naturalidade, a personalidade, os gostos pessoais etc. -- , como de obras produzidas e divulgadas para atrair esses leitores. Daí resulta o que se vê nas feiras de livros: um público imenso fascinado com uma infinidade de produtos. Impossível ver tudo durante a visita, pois se acaba dividindo o tempo entre os livros em si, as filas para pagamento, diversas atrações, sessões de autógrafos, distribuição de brindes e eventos simultâneos. Se optar por ficar em casa e comprar um livro pela internet, o consumidor não está isento de ser exposto a uma série de atrativos virtuais.

## **2.2 LEITURA POR OPÇÃO**

O tipo de leitura tratado neste trabalho é aquele voltado para a arte, ou seja, do qual o leitor espera obter uma experiência prazerosa, podendo, inclusive, exercer poder de escolha acerca do que deseja ler. O foco recai sobre o jovem leitor brasileiro, na faixa de 11 a 18 anos de idade, em geral estudante do Ensino Fundamental II (entre 11 e 15 anos) e do Ensino Médio (entre 14 e 18 anos). Não se questionam, aqui, aspectos como classe social, naturalidade, estilo de vida, entre outros. Considera-se o adolescente, o ser humano que começa a encontrar uma complexidade maior nas leituras e nas experiências de vida, numa fase em que se vão firmando suas preferências. Assim, pretende-se verificar como se dá, no Brasil, a opção dos jovens por publicações editoriais na condição de consumidores que exercem seu direito de escolha, independentemente de normas escolares. O que esses leitores buscam espontaneamente no mercado editorial? Quais são as possibilidades de escolha que esse mercado lhes oferece?

Os dados compilados para esta pesquisa foram coletados no portal PublishNews, especializado em informações sobre a indústria do livro e disponível em: [www.publishnews.com.br](http://www.publishnews.com.br) (acesso em: 25 maio 2021). O portal foi criado em julho de 2001 e, desde setembro de 2010, publica listas semanais, mensais e anuais das obras mais vendidas no Brasil dentro de cinco categorias: ficção, não ficção, autoajuda, infantojuvenil e negócios. O

ranking é elaborado com base em dados fornecidos pelas principais livrarias do país<sup>1</sup>, seguindo a metodologia descrita no próprio portal. De acordo com essa metodologia, cada título é considerado em apenas uma categoria, e o total de vendas corresponde à soma simples das vendas de todas as livrarias participantes do levantamento. Também é considerada individualmente cada edição de uma obra, e não são somadas vendas de livros de domínio público com dados editoriais diversos. Segundo o PublishNews, as posições finais das listas que publicam, ou seja, a partir da 15ª posição, apresentam margem de erro maior, já que cada livraria relaciona, no máximo, vinte títulos nas listas enviadas ao portal. Assim, foram registradas aqui apenas as dez primeiras posições de cada lista, buscando-se obter uma amostra o mais próxima possível das preferências do público infantojuvenil no período de março/2019 a dezembro/2020.

### **2.3 A EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE LITERATURA INFANTOJUVENIL NO BRASIL**

Até o século XIX, a produção editorial no Brasil destinava-se a um público ao qual bastasse saber ler para se tornar leitor. Não se tinha um cuidado com a faixa etária e a etapa de amadurecimento psicológico de quem iria receber o texto; não se atentava para as faculdades humanas que naturalmente permitiriam ao leitor interagir com determinado texto e, assim, apropriar-se satisfatoriamente do que este lhe pudesse transmitir. A criança e o adolescente recebiam uma literatura de complexidade tal que vinha moldada, impermeabilizada ao entendimento que não fosse aquele esperado de um adulto. Deveriam, no entanto, receber uma literatura de texto maleável, como um tecido, voltando-se aqui à etimologia da palavra “texto”: “[...] Do latim *textu*, "tecido", de *texere*, "tecer".” (TEXTO, 2000), pela qual fossem construindo seu entendimento, buscando compreender o universo contido no livro por meio de reflexões e deduções possíveis para sua fase de desenvolvimento cognitivo. A criança e o adolescente eram, então, vistos como “adultos menores”, não como pessoas em fases específicas do desenvolvimento humano. A literatura complexa que recebiam tinha por fim contribuir para a formação de indivíduos alinhados com determinados padrões sociais da época.

---

<sup>1</sup> Livrarias consultadas pelo PublishNews: A Página, Argumento, Blooks, Cultura, Curitiba, Escariz, Leitura, Livraria Cameron, Livraria da Vila, Livraria LDM, Livraria Loyola, Livraria Santos, Livraria Vozes, Livruz, Lojas Americanas, Martins Fontes SP, Nobel, Saraiva, Submarino, Travessa, Vanguarda, Vitrola Livraria.

Nas primeiras décadas do século XX, o Brasil começava a refletir algumas ideias já disseminadas na Europa no século XVIII, entre elas, a de um novo olhar para o leitor de literatura infantojuvenil, considerando as singularidades de sua fase de vida e atentando para os cuidados especiais a serem dispensados a esse leitor. (ZILBERMAN, 1985, p. 98). Para isso, foram de suma importância os crescentes estudos de pedagogia e psicologia desenvolvidos na época e que ganharam reconhecimento internacional, criando, assim, um panorama de renovação da escola e dos sistemas de ensino, os quais passaram a focar o indivíduo que aprende, suas limitações e suas potencialidades conforme o seu período de existência.

Nesse contexto, a arte também se renovou, desenvolvendo uma interface popular, que agregava valores diversos daqueles clássicos até então priorizados. A literatura, por sua vez, sendo uma arte e, ao mesmo tempo, uma ferramenta educacional, não poderia estar fora desse intenso e abrangente processo de renovação. No plano literário, os gêneros clássicos foram deixados de lado, abrindo caminho para uma nova produção, bastante ampla quanto às formas, de conteúdo acessível e agradável à sociedade. Por meio de narrativas que traziam situações, problemas e fatos do cotidiano, mesmo que envoltos em fantasia, a literatura adquiriu mais popularidade.

No final do século XIX, a sociedade ocidental, sobretudo a europeia, compartilhava a ideia de que ser leitor dava status ao indivíduo. Ser leitor significava ser alguém que tinha conhecimento de mundo, que estava consonante com a nova dinâmica da sociedade, com as novas tecnologias e que vislumbrava os desafios do século XX. Com efeito, o aperfeiçoamento da imprensa com a Revolução Industrial veio alinhado com a disseminação dessa ideologia, ampliando de maneira significativa o número de gráficas e de editoras em diversas partes do mundo.

A produção industrializada de livros possibilitou elevar a quantidade de exemplares impressos a custos reduzidos, tornando o livro um objeto acessível praticamente a todas as classes sociais, desde os leitores que se contentavam com edições mais simples aos que não abriam mão de edições luxuosas pelas quais pagavam muito mais.

No Brasil, a renovação nos planos social, artístico e educacional foi concomitante com o desenvolvimento econômico movido pelo capitalismo. Isso levou a burguesia, já então consolidada, a direcionar altos investimentos aos diversos setores da indústria cultural, inclusive ao editorial. Assim, o mercado editorial brasileiro foi beneficiado sob vários aspectos: melhora na qualidade da produção; descoberta de grande número de autores, dentre os quais muitos se tornaram consagrados; identificação de públicos específicos e especialização da

produção literária voltada para esses públicos, como foi o caso da literatura infantojuvenil, que iniciou a partir daí seu processo de expansão no país.

A renovação sociocultural que impactou o mundo no começo do século XX, delineando vários aspectos hoje consolidados nos meios de comunicação -- inclusive no processo leitura-escrita --, tornou-se o que Regina Zilberman define como “o berço da cultura de massas”. (ZILBERMAN, 1985, p. 98).

A cultura massificada, conseqüentemente, demandou a formação e a incorporação de um contingente de profissionais especializados que constituíam mão de obra assalariada nas editoras, nas gráficas e nas distribuidoras de livros. A figura do livreiro de antigamente se diluiu em novas profissões, muitas das quais tiveram uma existência relativamente efêmera na medida em que foram sendo extintas ou mesmo reformuladas e transformadas para se ajustarem às demandas da modernidade.

No Brasil, o avanço tecnológico ao longo do século XX alavancou a indústria cultural, sobretudo a partir da década de 1970, quando o país se encaminha para o chamado “milagre econômico”. A abertura econômica e o acúmulo de capital naquele período aceleraram o desenvolvimento de diversos ramos da indústria cultural, que se mostrava então bastante lucrativa com o aumento do poder aquisitivo da classe média. (REIMÃO, 1996, p. 55). Os centros urbanos passaram a receber não apenas lojas de departamento, shopping centers, cinemas, teatros, mas também editoras e livrarias. Ainda que, nessa época, a literatura não alcançasse a relevância dada a outros ramos da cultura de massas, como o cinema e a televisão, o mercado editorial se mostrou bastante promissor diante das reformas aplicadas à arte e à educação. No âmbito educacional, conforme o Censo de 1970, do IBGE, a taxa de analfabetismo de pessoas de 15 anos ou mais, no Brasil, era de 33,6%. Nos Censos de 1980 e 1991, foram registradas, para a mesma faixa etária, as taxas de 25,4% e 20,1%, respectivamente. (IBGE, [s. d.]). Essa redução da taxa de analfabetismo no país contribuiu para o surgimento de um novo perfil de consumidor: o leitor.

## **2.4 CULTURA DE MASSAS E MEIO TÉCNICO-CIENTÍFICO-INFORMACIONAL**

A consolidação da indústria cultural brasileira nos anos 1970 resultou do pleno crescimento das propriedades privadas detentoras dos meios de produção, com constante especialização da mão de obra assalariada e ampliação do público consumidor. Nesse contexto, reafirmou-se o interesse no livro como mercadoria produzida para venda e lucro. Apoiado nos

pilares do capitalismo, o mercado editorial, tendo, de um lado, um consumidor em potencial, ávido por novos ideais, e, de outro, um produto passível de agregar valores e prestígio, empreendeu as mais diversas estratégias a fim de construir as pontes entre esses elementos e ampliar suas margens de desenvolvimento e lucro. (REIMÃO, 1996, p. 61-65).

O século XX chegou ao final com um mercado editorial competitivo e alimentado pela alta tecnologia, capaz de movimentar quantias vultosas por meio de eventos comerciais tanto na esfera nacional como na internacional. Não à toa, esse mercado abriu caminho para autores de larga influência em uma sociedade abalada pela nova ordem mundial. Desde então, editoras de diversas partes do mundo, não diferentemente as brasileiras, mergulharam na atmosfera da globalização, em que os grandes autores de um país podem ser mesmo aqueles que nunca estiveram presentes nele.

Enquanto no final do século XIX as editoras se preocupavam em alcançar diversas classes sociais e diversos tipos de leitor, flexibilizando seus produtos quanto ao formato, ao tipo de acabamento e mesmo à linguagem, no final do século XX ocorreu um afinamento ditado por novos critérios na escolha de autores e títulos a serem publicados. Passou-se então a produzir livros para consumo em massa, a fim de alcançar os melhores resultados em vendas, como deixam claro Chantal Horellou-Lafarge e Monique Segré (2010):

Doravante, tenta-se minimizar o número de obras que não são imediatamente rentáveis, desprezando a constituição do fundo editorial e preferindo editar livros destinados a um vasto público. Agora, o editor é convocado a descobrir, mais do que o talento, a capacidade de vender muito e depressa. (HORELLOU-LAFARGE; SEGRÉ, 2010, p. 42).

É importante ressaltar que todos os fatos, acontecimentos, enfim, tudo o que ocorre no mundo não se dá de maneira isolada. Tudo faz parte da história, no seu sentido mais amplo, em que cada período histórico contribui com suas peculiaridades. Atualmente, vive-se o que o geógrafo Milton Santos (2006) denomina meio técnico-científico-informacional, em referência à terceira fase da história do meio geográfico, antecedida pelo meio natural e pelo meio técnico.

Segundo Santos (2006), o meio natural inicia-se com as primeiras sociedades humanas, cujas técnicas empregadas para garantir a sobrevivência praticamente não transformavam a natureza ou o faziam de maneira harmônica. Com a invenção das máquinas, veio o meio técnico, caracterizado por um espaço mecanizado, regido por sistemas técnicos e nocivos ao meio ambiente. O meio técnico-científico-informacional, por sua vez, corresponde à fase em que

[...] os objetos mais proeminentes são elaborados a partir dos mandamentos da ciência e se servem de uma técnica informacional da qual lhes vem o alto coeficiente de intencionalidade com que servem às diversas modalidades e às diversas etapas da produção. (Santos, 2006, p. 157).

No âmbito do processo escrita-leitura, a humanidade passou pelo meio natural das representações rústicas e primitivas, conheceu a atuação dos escribas e seus suportes de trabalho, celebrou a industrialização com largas tiragens de publicações e passou do século XX para o XXI imersa em um volume imensurável de informação movimentado pela tecnologia.

Essa virada de século marcou a mudança dos rumos do mercado editorial no Brasil e no mundo. Nas últimas décadas do século XX, muitas editoras e livrarias brasileiras se beneficiavam de ótimos resultados dos investimentos feitos a partir da década de 1970. Empresas do ramo que se firmaram naquela época atravessaram os anos seguintes em plena ascensão, ampliando e modernizando seus negócios, chegando ao final do século com status de companhias sólidas. Outras empresas, que foram sendo fundadas ao longo desse período, já encontraram um mercado promissor logo em seus primeiros anos de existência, o que lhes possibilitou prosperar e conquistar também um espaço significativo.

Simultaneamente e a largos passos, crescia a indústria tecnológica, com a criação de transnacionais especializadas em e-commerce e produção de mídias digitais. Por alguns anos, questionou-se, entre tantas coisas, se o livro físico resistiria ao advento do e-book; com o tempo, no entanto, constatou-se a coexistência de ambas as mídias em praticamente todo o mundo até os dias de hoje.

Nesse contexto, um acontecimento veio impactar a economia global: a crise econômica mundial de 2008. No Brasil, o mercado editorial sentiu o impacto da alta no custo de produção de livros físicos -- com elevação do preço dos insumos da indústria gráfica --, bem como no custo de produção de e-books -- com elevação dos custos de produção de mídia eletrônica. Assim, seja físico ou digital, o livro tornou-se um produto ainda mais caro e visto como não essencial por um número cada vez maior de brasileiros, o que levou a uma desestabilização financeira no setor de produção editorial.

Várias livrarias, no final do século XX, cresceram com base no modelo então inovador que tinha a ampliação do *mix* de produtos como estratégia para ganhar mercado. No entanto, esse modelo perdeu espaço para as plataformas de e-commerce do século XXI, que, com alto capital de giro, conseguem ofertar, além de um amplo *mix* de produtos, as melhores condições de preço. Este fato, somado a questões de ordem administrativa que representam alto risco na turbulência da economia globalizada, levaram grandes livrarias brasileiras a encerrar suas

atividades ou a chegar à beira da falência, pedindo recuperação judicial. Trata-se de um desastre não só econômico, mas também sociocultural, já que a crise no setor fez aumentar o desemprego no país e, conseqüentemente, o número de pessoas que passaram a ver o livro como algo não essencial em vista do orçamento restrito. Os amantes incondicionais dos livros, por sua vez, com a saída de cena de selos memoráveis, ficaram perplexos com relação ao futuro das obras escritas.

Passados os efeitos mais imediatos da crise econômica mundial, o mercado editorial brasileiro buscou subsídios para se reerguer e, assim como outros setores da indústria cultural (música e cinema, por exemplo), encontrou no público infantojuvenil uma perspectiva de bons resultados. Mais uma vez, os grandes empreendimentos econômicos focam o público infantojuvenil, assim como ocorreu no início do século XX, quando esse público começou a ser diferenciado e a redução do analfabetismo criou forte perspectiva de consumo. Nos dias de hoje, o público infantojuvenil é ainda mais requisitado pelos empreendedores, sobretudo pelo fato de reunir pessoas nascidas e criadas em uma atmosfera influenciada pela cultura técnico-científico-informacional. Assim, trata-se de pessoas alinhadas com ideias de produtividade, rotatividade de produtos e pessoas, simultaneidade de eventos, intensificação do uso de tecnologia e informação, entre outras inerentes ao meio empresarial do século XXI. Dessa forma, tudo o que chega ao público infantojuvenil hoje pelas vias mais imediatas e modernas de comunicação é recebido com absoluta familiaridade. É algo diferente do que ocorreu com a geração anterior, que só foi ter acesso a essa cultura na adolescência ou mesmo na fase adulta, com a popularização do uso de computadores e celulares a partir da década de 1990. Muito caros na época, esses equipamentos eram acessíveis a uma parcela pequena da população brasileira. Os primeiros adolescentes a fazer uso dessa tecnologia mantinham ainda recursos tradicionais e não estavam familiarizados com o novo. A explosão tecnológica que consolidou os princípios do meio técnico-científico-informacional no Brasil e em todo o mundo ocorreu nos primeiros anos do século XXI. A partir daí, tornou-se possível o acesso do público à internet e sua imediata interação, direta ou indiretamente, com empreendedores dos mais variados setores.

## **2.5 INTENCIONALIDADE DO MARKETING EDITORIAL**

Antes da explosão tecnológica que marcou a última virada de século, as publicações literárias já eram divulgadas em jornais e revistas semanais, nos quais eram exaltadas ou criticadas, em geral por meio de resenhas. Detectando as tendências do leitor, tais periódicos publicavam ainda reportagens sobre obras em destaque, entrevistas com autores, além das

conhecidas listas de livros mais vendidos, tudo isso compondo um meio de influenciar a aquisição de determinadas obras. Essa estratégia de marketing ainda ocorre, agora aperfeiçoada por ferramentas tecnológicas que possibilitam ampliar cada vez mais a abrangência.

Sabendo-se que publicações periódicas têm públicos específicos e são custeadas em grande parte por contratos publicitários, matérias pagas e venda de assinaturas, torna-se inviável considerá-las para mensurar o nível de aceitação de obras pelo público em geral. Nessas publicações, os rankings (ou as listas de livros mais vendidos) costumam ser tendenciosos e apresentar inconsistências técnicas, como o peso atribuído a obras de estilo relativamente novo e com alta aceitação no mercado -- a exemplo de autoajuda e esoterismo –, que acaba pondo em evidência determinados títulos, alavancando, assim, suas vendas. (PELLEGRINI, [s. d.]). Diante disso, optou-se pelo portal PublishNews como fonte de dados para este trabalho.

A mídia desempenha um papel fundamental na produção e disseminação da informação que alimenta o sistema global. Grandes investidores de diversos ramos, inclusive da indústria cultural, são também proprietários dos principais veículos de comunicação do mundo. Nessa dinâmica, a literatura, tantas vezes tida como “obra do espírito”, absorve o espírito da intencionalidade capitalista, passando a ser produzida como um bem de consumo, uma mercadoria, de acordo com o grau de influência ideológica que se deseja impor sobre as massas. Fala-se mesmo em uma profissionalização do escritor (PELLEGRINI, [s. d.]) em detrimento do trabalho cuidadoso – e, em geral, demorado -- pelo qual o escritor possibilita ao leitor ir conhecendo a essência de sua obra à medida que vai lendo seus livros. O escritor profissional da modernidade insere-se em um universo no qual sua produção deve atender às expectativas do mercado, intencionando alcançar ótimos resultados de vendas. Uma vez que o mercado cresce apoiado nas tendências sociais, o escritor profissional busca essas tendências, muitas vezes investindo mais em sua imagem pública, para ganhar mercado, que na construção de uma obra literária consistente.

## **2.6 LITERATURA INFANTOJUVENIL E SEU PÚBLICO**

O contexto no qual se desenrolou o século XX contribuiu para a formação da literatura infantojuvenil, evidenciando as peculiaridades de seu público. Atualmente, essas peculiaridades são vinculadas ao contexto da globalização, e temos um público nascido no século XXI, ao qual a literatura passa a ser uma manifestação que vai além das palavras. Muitos jovens não querem buscar nas palavras os possíveis sentidos do texto, mas sim que tais sentidos lhes venham aos olhos por meio de imagens marcantes, de hiperlinks, entre outros artificios. Contudo, trata-se



do novo leitor infantojuvenil, cuja demanda não pode deixar de ser atendida pela produção literária, e os profissionais do mercado editorial sabem como contemplar essa demanda por meio dos mais variados recursos. Com efeito, Regina Zilberman, à luz de seus vastos estudos literários, atribui à literatura infantojuvenil as seguintes características:

- a) ela não pode prescindir de um destinatário particular [...], já que apareceu no horizonte literário para atender a demanda específica deste novo público;
- b) vinculada, desde o início, ao sistema escolar, atua como um reforço deste, de modo que se dobra aos interesses da pedagogia e confunde-se com a função educativa que lhe é tributada;
- c) como sua expansão acompanha o crescimento de seu público, não foge às regras do mercado, arriscando-se a ser completamente assimilada à indústria cultural e às modalidades da cultura massificada. (ZILBERMAN, 1985, p. 98-99).

Nos últimos quarenta anos, houve grande aumento da produção editorial voltada para o público infantojuvenil. É difícil definir exatamente a que faixa etária se destina essa produção, já que nessa fase do desenvolvimento humano cada indivíduo apresenta determinado grau de maturidade emocional e sociocultural, o que é relevante nas primeiras fases de letramento<sup>2</sup>. Neste trabalho, considerou-se o jovem em torno dos 11 aos 18 anos de idade, etapa em que o ser humano passa por uma transformação profunda e abrangente, que inclui avanços no desenvolvimento de sua compreensão, de sua visão de mundo, de modo que vai se tornando naturalmente mais crítico. No entanto, isso é apenas uma base para traçar o perfil de leitor. A literatura infantojuvenil é, sim, capaz de atrair também leitores adultos, mas seu público principal é o jovem leitor, que ainda não tem conhecimento prévio suficiente para usufruir da literatura destinada ao público adulto.

A produção de livros infantojuvenis apresenta desafios aos profissionais envolvidos. No caso do autor, cabe a ele a cautela de escrever para um público em transformação, cujas ideias, comportamentos e interesses oscilam constantemente, e que, em geral, depende de adultos para ter acesso a obras disponíveis no mercado. O editor, por sua vez, enfrenta a árdua tarefa de selecionar obras que possam vir a ser publicadas com sucesso, lidando constantemente com as exigências do mercado, as tendências de consumo, o número crescente de pessoas que apresentam seus originais e aspiram a um posto de autor acreditando ser fácil escrever para crianças e adolescentes. Já no campo da pesquisa acadêmica, esse gênero literário é

---

<sup>2</sup> Angela Kleiman explica que “o letramento está relacionado com os usos da escrita em sociedade e com o impacto da língua escrita na vida moderna. [...] O letramento abrange o processo de desenvolvimento e o uso dos sistemas da escrita nas sociedades, ou seja, o desenvolvimento histórico da escrita refletindo outras mudanças sociais e tecnológicas, como a alfabetização universal, a democratização do ensino, o acesso a fontes aparentemente ilimitadas de papel, o surgimento da Internet.” (KLEIMAN, 2005-2010, p. 19 e 21).

frequentemente deixado em segundo plano, na medida em que muitas obras escritas para o público infantojuvenil permanecem à margem do rol das grandes produções literárias, o que reflete o fato de a sociedade ainda considerar a infância e a adolescência como etapas de preparação para a vida adulta, quando deveriam considerá-las “etapas decisivas no processo de vida, plenas de significado e valor, portanto” (MARTHA, 2008, p. 16).

Na revisão de literatura deste trabalho, observou-se uma quantidade relativamente reduzida de publicações em comparação às de outros temas em destaque na sociedade contemporânea. O prof. dr. João Luis Ceccantini, especialista em literatura infantojuvenil, constata a falta de incentivo na pesquisa desse gênero literário, fato este que atribui, principalmente, à “volatilidade do objeto em causa, resistente ao enquadramento em definições precisas e à clara delimitação e definição, situando-se numa espécie de limbo acadêmico, que o transforma, por vezes, em propriedade de todos e, ao mesmo tempo, de ninguém. [...]” (CECCANTINI, 2004 apud BIASIOLI, 2007).

Entre a produção editorial, a pesquisa acadêmica e o mercado, e igualmente expostos aos desafios da literatura infantojuvenil, estão aqueles que têm a missão de levar essa literatura a seu público-alvo ou que se propõem a fazê-lo. De maneira geral, parte-se do pressuposto de que jovens entre 11 e 18 anos de idade já sejam alfabetizados e venham formando sua bagagem pessoal e sociocultural. Contudo cada um deles pertence a um núcleo familiar distinto e traz na sua bagagem em formação a peculiaridade de valores e condições a que são continuamente expostos. A leitura não faz parte da relação de valores de muitos jovens que frequentam as escolas de Educação Básica, e grande parte desses jovens tem pais analfabetos ou semianalfabetos. No âmbito financeiro, o acesso a livros está fora do orçamento de muitas famílias brasileiras. Por outro lado, há casos em que as condições financeiras permitem o acesso a livros, e ao jovem não é de todo desconhecida a existência de certos autores e de suas principais obras; no entanto, ainda assim, a leitura não constitui um dos valores cultivados pela família. Há que se considerar também o fato de a família moderna viver uma dinâmica acelerada em que é bastante comum crianças e adolescentes passarem a maior parte do tempo na escola, na rua, no clube ou mesmo em casa sozinhos, enquanto os responsáveis por eles passam a maior parte do tempo no trabalho. Tal fato leva esses jovens a se ocuparem com atividades que, em sua maioria, não conduzem à valorização do processo de leitura e escrita, tampouco ao prazer de ser um leitor fluente e crítico.

## **2.7 A POSIÇÃO DA ESCOLA NA FORMAÇÃO DE LEITORES**

Com tantas possibilidades de o gosto pela leitura não encontrar terreno fértil na vivência familiar dos estudantes brasileiros, acaba sendo creditada à escola uma cota de responsabilidade muito maior do que aquela que lhe caberia em circunstâncias não adversas. A escola passa, então, a ser considerada a principal instituição formadora de leitores.

Como visto no início deste trabalho, existem vários tipos de leitura, e cada um deles tem sua importância para a formação integral do ser humano e para sua interação com a sociedade, desde o âmbito sistemático da língua até o âmbito artístico, no qual se encontra a literatura. O filósofo e linguista Tzvetan Todorov esclarece que: “A literatura não nasce no vazio, mas no centro de um conjunto de discursos vivos, compartilhando com eles numerosas características [...]” (TODOROV, 2009, p. 22). O sociólogo e crítico literário Antonio Candido afirma que literatura é um direito humano, uma vez que a ficção é indispensável para as pessoas.

Assim como todos sonham todas as noites, ninguém é capaz de passar as vinte e quatro horas do dia sem alguns momentos de entrega ao universo fabulado. O sonho assegura durante o sono a presença indispensável deste universo, independentemente da nossa vontade. E durante a vigília a criação ficcional ou poética, que é a mola da literatura em todos os seus níveis e modalidades, está presente em cada um de nós, analfabeto ou erudito, como anedota, causo, história em quadrinhos, noticiário policial, canção popular, moda de viola, samba carnavalesco. Ela se manifesta desde o devaneio amoroso ou econômico no ônibus até a atenção fixada na novela de televisão ou na leitura seguida de um romance.

Ora, se ninguém pode passar vinte e quatro horas sem mergulhar no universo da ficção e da poesia, a literatura concebida no sentido amplo a que me referi parece corresponder a uma necessidade universal, que precisa ser satisfeita e cuja satisfação constitui um direito. (CANDIDO, 2004, p. 174-175).

Esses dois grandes nomes das letras demonstram a singularidade da literatura, inclusive seu vínculo com a comunicação intrapessoal, na qual muito importa a experiência de vida do leitor, suas expectativas, sua sensibilidade, suas emoções. A leitura literária implica envolvimento prazeroso do leitor com a obra, algo que não se ensina, mas se desperta nas pessoas. A escola, no entanto, não tem conseguido promover esse despertar para a literatura em sua clientela. E se os jovens não desenvolvem o gosto pela literatura nem em casa nem na escola, não aprendem a perceber e a ponderar aspectos do próprio cotidiano em sua vida.

Denise Curia relata, em seu artigo “A literatura infantojuvenil na contemporaneidade: um outro olhar para o literário em sala de aula” (CURIA, 2012), diversos problemas que prejudicam a formação de leitores na escola, a começar da falta de espaço dispensado à literatura na grade curricular da Educação Básica brasileira. Com efeito, a literatura integra o componente curricular Língua Portuguesa e, na maioria das vezes, é utilizada como base para exercícios de aplicação gramatical. Outros problemas apontados pela autora, com base em sua

experiência docente, são a falta de preparo do professor que trabalha com literatura na Educação Básica e a imposição da leitura de textos tidos como clássicos. Pode-se dizer que esses dois problemas se inter-relacionam, sobretudo com a implantação dos atuais sistemas de ensino que, se por um lado norteiam o trabalho do professor, fornecendo-lhe subsídios para trabalhar o material didático, por outro engessam a prática docente, vetando a incorporação de materiais alternativos que poderiam ser úteis para determinada clientela escolar.

Ao longo do Ensino Médio, o jovem tem contato com diversas obras clássicas que integram o currículo escolar e serão necessárias para o ingresso no Ensino Superior. Trechos dessas obras costumam ser usados em atividades de interpretação textual, sob a ideia de que o desenvolvimento dessa habilidade será útil tanto no vestibular como em provas voltadas para o ingresso no mercado de trabalho. Partindo do meio escolar, sendo muitas vezes trabalhadas sem o devido apreço pela composição literária, geralmente a essas leituras são atribuídos conceitos, avaliações e projetos que lhes acabam associando a um sentido de obrigatoriedade, o que não agrada aos adolescentes. As pesquisadoras Chantal Horellou-Lafarge e Monique Segré (2010) comentam o papel da escola na formação de jovens leitores:

A relação entre instituição escolar e atividade de leitura é complexa: varia conforme os indivíduos e seu meio social de origem, e conforme suas representações da instituição escolar e dos professores. A escola dá condições de adquirir as aptidões necessárias para ler, é a instância essencial que dá legitimidade às leituras, mas, devido às normas que transmite, às coerções diretas e indiretas que exerce, corre o risco, ao mesmo tempo, de criar entraves a uma necessidade de leitura ainda frágil. (HORELLOU-LAFARGE; SEGRÉ, 2010, p. 89).

A sistematização do material didático voltado para a literatura, embora siga atualmente os parâmetros da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), trabalhando uma série de valores e conceitos importantes para a formação do cidadão que antes eram ignorados, ainda mantém a tradicionalidade ao reforçar a identificação de certas obras como clássicos e cobrar sua leitura em determinados segmentos do processo de escolarização. Essa cobrança vem das esferas governamentais, que incluem nos planos de curso a obrigatoriedade de apresentar aos alunos vários clássicos da literatura; vem da sociedade e de muitas famílias que buscam mensurar a qualidade de ensino pelo número de clássicos trabalhados ao longo do ano; vem do próprio mercado editorial, que se articula para produzir versões de obras já consagradas e de domínio público, que serão adquiridas para estudantes em diversas etapas do ensino básico, o que leva, obviamente, ao aumento dos lucros.

## 2.8 OS CLÁSSICOS NA LITERATURA INFANTOJUVENIL CONTEMPORÂNEA

Com a transformação ideológica pela qual passaram a escola, as artes e as ciências no início do século XX<sup>3</sup>, a literatura deixou de lado os clássicos e abriu espaço para novas produções. Passando o tempo, várias dessas novas produções se consolidaram como clássicos da literatura do século XX, na medida em que agregaram valores de uma sociedade transformada e regida pelos princípios da modernidade.

O conceito de clássico costuma ser estereotipado ou distorcido, inclusive por profissionais da educação. Diante de inúmeros conceitos modernos incorporados pelo mundo das artes e das letras, frequentemente se encontra o termo “clássico” sendo erroneamente atribuído ao que é antigo, fora de moda, obsoleto. Um dos vários pontos que determinam a falta de preparo de muitos professores que trabalham com literatura na Educação Básica é justamente desconhecer o real conceito de clássico e sua importância para a formação de leitores.

Para o crítico literário Italo Calvino, “os clássicos são aqueles livros que chegam até nós trazendo consigo as marcas das leituras que precederam a nossa e atrás de si os traços que deixaram na cultura ou nas culturas que atravessaram [...]”. (CALVINO, 2007, p. 11). Assim, o clássico não se sujeita à indiferença, mas suscita reflexões inerentes à alma humana, aos contextos sociais, a questões que seguem avivadas ao longo das gerações e traz ao leitor elementos consistentes para que ele entenda melhor a si mesmo e o mundo no qual se insere, para que ele desenvolva a “humanização”, usando aqui um termo criado por Antonio Candido e ao qual ele dá o seguinte significado:

[...] o processo que confirma no homem aqueles traços que reputamos essenciais, como o exercício da reflexão, a aquisição do saber, a boa disposição para com o próximo, o afinamento das emoções, a capacidade de penetrar nos problemas da vida, o senso da beleza, a percepção da complexidade do mundo e dos seres, o cultivo do humor. A literatura desenvolve em nós a quota de humanidade na medida em que nos torna mais compreensivos e abertos para a natureza, a sociedade, o semelhante. (CANDIDO, 2004, p. 180).

No levantamento feito para este trabalho, foram encontrados poucos clássicos: apenas *Alice no País das Maravilhas* (1865), do inglês Lewis Carroll; *O Pequeno Príncipe* (1943), do escritor francês Antoine de Saint-Exupéry; *Crônicas de Nárnia*, volume único da série publicada de 1950 a 1956, do irlandês C. S. Lewis, além de *Harry Potter e a Pedra Filosofal*

---

<sup>3</sup> Essa transformação ideológica decorre do impacto da Revolução Industrial, possibilitando significativos avanços nas ciências, nas comunicações, nas relações socioculturais e, conseqüentemente, uma nova perspectiva de mundo expressa por meio das artes, como visto no início deste trabalho, na seção “2.3 A evolução do conceito de literatura infantojuvenil no Brasil”.

(1997) e *Harry Potter e a Câmara Secreta* (2000), livros que integram a série criada pela inglesa J. K. Rowling, publicada entre 1997 e 2007. *Harry Potter* situa-se não apenas no limite entre dois séculos, mas também no limite entre dois conceitos: o de best-seller e o de clássico, e vem sendo objeto de amplas discussões no campo das letras. Não cabe aqui questionar se essa obra de J. K. Rowling é ou não um clássico dentro de parâmetros técnicos; no entanto, vale ressaltar que muitos estudiosos com experiência docente a consideram, sim, um clássico, a exemplo da profa. Ana Crelia Dias, doutora em Literatura Brasileira pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e coordenadora da especialização em Literatura Infantil e Juvenil da mesma instituição, de quem colhemos o parecer a seguir.

No Brasil, a leitura está associada a escolarização e, por isso, encontra grande resistência entre os jovens. *Harry Potter*, ao ser rejeitado pelos estudos acadêmicos e, conseqüentemente, não adentrar a escola, ganhou aquele público que desejava se apropriar da leitura como sujeito, e não como reprodutor da expectativa pedagógica. Ela se firmou a partir de um pacto do mercado com o desejo dos jovens de se apropriar clandestina e autonomamente da leitura. Os clássicos de hoje certamente não seguem os mesmos caminhos da época de Twain, Dickens ou Carroll. (DIAS, [s. d.] apud NORONHA, 2017).

Um dos fatores sustentados pelos críticos que não consideram *Harry Potter* um clássico é o alto índice de vendas impulsionado por estratégias de marketing e vínculo da publicação impressa com linguagens artísticas mais próximas da mídia e de mercados diversos, tais como games, cinema, moda, entre outros. Contudo, esse é um fenômeno identificado, de certo modo, também na divulgação das outras três obras acima mencionadas, todas clássicos da literatura mundial. A figura de Alice, por exemplo, constantemente aparece licenciada para diversos produtos da forma como foi retratada pelos estúdios da Walt Disney na produção de 1951; *O Pequeno Príncipe* conta com aquarelas do autor que já tornam o objeto livro em si só uma obra de arte, algo bastante significativo dentro do valor que a sociedade moderna dá à comunicação visual. Além disso, as frases incisivas, marcantes dessa obra são constantemente exploradas pela indústria. Embora seja irrefutável a profundidade de sentido do texto de Exupéry nessa obra, ainda hoje há pessoas que associam célebres frases do autor a páginas de agendas, estampas de vestuário e de *souvenirs*. Quanto às *Crônicas de Nárnia*, ganharam público no Brasil somente em 2005, quando foi lançado o filme baseado no primeiro livro da série. É provável que se tenha aí uma estratégia de marketing nesse resgate de uma obra dos anos 1950, plena de fantasia, magia e aventura, e sua adaptação cinematográfica justamente na época em que eram lançados – com sucesso -- os filmes da série criada por J. K. Rowling. *Harry Potter e a Pedra Filosofal*, primeiro filme da série, foi lançado em 2001, apenas quatro anos após o

lançamento do livro homônimo. Isso demonstra como a tecnologia e os altos investimentos financeiros da modernidade aproximam as mídias cada vez mais e aceleram o processo de produção e divulgação de obras artísticas, fomentando, assim, a cultura de massa.

## 2.9 MERCADO EDITORIAL, ENTRETENIMENTO E MÍDIAS

### 2.9.1 Vínculo com mídias

Um dos aspectos ressaltados neste trabalho é a crescente vinculação do mercado editorial a mídias e linguagens de amplo alcance de público, sobretudo o cinema e a internet. Isso fica evidente pela análise do ranking das dez obras mais vendidas ao longo de um período (no caso, de março de 2019 a dezembro de 2020) em confronto com notícias que circulam constantemente acerca de vários elementos da cultura de massa.

Com base na compilação dos dados coletados no portal PublishNews, foram elaboradas tabelas em que a coluna “Vínculo com mídias” indica com “Sim” ou “Não” o fato de a obra apresentar versão cinematográfica ou televisiva (longa-metragem, série, desenho animado, programa de TV) ou autor ligado à internet (YouTube, sites de fanfics, blogs). Em junho de 2019, por exemplo (Tabela 1)<sup>4</sup>, as dez primeiras posições foram ocupadas por obras vinculadas à mídia; e este fenômeno se repete em outras tabelas.

**Tabela 1** - Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil - junho/2019.

Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	14.042	Sim	Sim
2º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo do Livro	Sim	288	7.295	Sim	Não
3º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	6.415	Sim	Sim
4º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	5.850	Sim	Não
5º	Diário de um banana: batalha neval	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	4.891	Sim	Não
6º	Pique-esconde com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	4.890	Sim	Sim
7º	O pequeno príncipe	Antoine Saint-Exupéry	HarperCollins	Sim	96	4.886	Sim	Não
8º	Harry Potter e a câmara secreta (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	224	3.547	Sim	Não
9º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	3.098	Sim	Não
10º	Para todos os garotos que já amei	Jenny Han	Intrínseca	Sim	320	3.064	Sim	Não

**Fonte:** PublishNews.

De todas as obras que figuraram entre as dez mais vendidas ao longo do período estudado, apenas duas foram assinaladas com “Não”: *Meu Diário Mágico* e *Dinossauros*, ambas caracterizadas como livro de atividades e entretenimento – e não produção literária -- para crianças, de autoria das respectivas editoras e contendo material lúdico. Ou seja, não foi

<sup>4</sup> Ao longo do texto, foram reproduzidas algumas das tabelas elaboradas. Para uma ideia mais abrangente dos resultados obtidos nesta pesquisa, o total das tabelas encontra-se no Anexo A.

constatada nenhuma produção literária sustentada exclusivamente pela linguagem escrita, sem influência de plataformas de compartilhamento, de recursos midiáticos e de linguagens diversas vinculadas à cultura de massa. Mesmo a edição box de *Alice no País das Maravilhas* contém, além dos dois livros de Lewis Carroll, um livro com ilustrações para colorir, que foi muito bem aceito pelo público e se tornou um diferencial dessa publicação: uma parte consumível.

Além de *Meu Diário Mágico* e *Dinossauros*, verificaram-se outros livros de entretenimento, porém de autoria de pessoas que seguem carreira no YouTube. Esses dois livros, ainda que não tenham na capa o nome de peso de alguma celebridade, alcançaram sucesso de vendas com projetos que apelam para o entretenimento, um segmento relevante na atual preferência do público infantojuvenil, e ressaltam o caráter físico do livro, transformando-o em brinquedo que prescinde do primor da linguagem escrita para ser consumido.

## 2.9.2 Edições variadas

Lembrando que o PublishNews considera individualmente cada edição de uma obra (uma vez que cada obra tem seu registro, seu ISBN), um mesmo título pode constar no ranking como edição única ou como parte integrante de uma coleção, como ocorreu no mês de junho de 2020 em relação aos livros da série *Harry Potter* (Tabela 2). O mesmo ocorre com publicações de formatos diversos, por exemplo, edição normal e edição de bolso. Tal procedimento ressalta a questão do peso do capitalismo sobre a indústria cultural a partir de quando o livro passou a ser produzido e comercializado como mercadoria. Esse peso, hoje ainda mais intenso, praticamente esfaca o que se pode chamar de obra literária, quando o nome que se pode dar a muitas das publicações aqui referenciadas é produto de entretenimento.

**Tabela 2** – Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil – junho/2020.

Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Box Harry Potter	J. K. Rowling	Rocco	Sim	3.096	5.880	Sim	Não
2º	A cantiga dos pássaros e das serpentes	Suzanne Collins	Rocco Jovens Leitores	Sim	576	3.260	Sim	Não
3º	Box Percy Jackson e os olimpianos	Rick Riordan	Intrínseca	Sim	1.816	1.778	Sim	Não
4º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	1.762	Sim	Não
5º	Beijinhos da Gi	Luccas Neto	Pixel	Não	64	1.444	Sim	Sim
6º	Harry Potter e a câmara secreta (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	224	1.320	Sim	Não
7º	Harry Potter e o prisioneiro de Azkaban (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	288	1.049	Sim	Não
8º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	1.040	Sim	Não
9º	A seleção	Kiera Cass	Seguinte	Sim	368	901	Sim	Não
10º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M.Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	829	Sim	Não

**Fonte:** PublishNews.



### 2.9.3 Títulos: destaques e lugar-comum

Há um aspecto comum aos títulos dos livros de J. K. Rowling e de Luccas Neto: a repetição do nome do personagem principal. Na série criada pela escritora britânica, todos os volumes trazem o nome Harry Potter, que vem na capa em letras garrafais, seguido do complemento que constitui, de fato, o título de cada um dos episódios da série. Tal destaque certamente remete o leitor à imagem do personagem consagrada pelo cinema, a qual se tornou um ícone da cultura de massa. Já o influenciador brasileiro criou um personagem homônimo, interpretado por ele mesmo e com versão ilustrada, ou seja, mesclam-se autor e personagem – criador e criatura –, e em todas as publicações destacam-se na capa não só o nome, mas também a imagem do autor/personagem. Nos dois casos, promove-se a familiarização do público com a obra por meio de um processo que impregna na memória das pessoas a lembrança de um produto em meio a um universo constituído de muitos outros produtos similares.

Ainda quanto aos títulos, são recorrentes palavras do universo infantojuvenil, com destaque para: diário (em seis livros), aventura/aventureiro (em quatro livros) e mundo (em três livros). Esse recurso tem sido bastante empregado no mercado editorial para promover a identificação imediata do potencial leitor com o produto ofertado, por meio de palavras e imagens que captam imediatamente sua atenção por serem significativas em relação a sua faixa etária, ao seu estilo de vida, entre outras condições. Isso, no entanto, acaba reforçando um ponto de convergência entre publicações, que já se aproximam pela similaridade na temática e na narrativa. Surge o lugar-comum em vez da originalidade que poderia começar por um título criativo, capaz de instigar a curiosidade do leitor e sua interação com a obra.

### 2.9.4 Padrões editoriais

Um outro ponto de convergência entre as publicações elencadas neste trabalho diz respeito ao projeto gráfico, uma vez que vários livros apresentam o mesmo formato, o mesmo número de páginas. Embora não existam regras que determinem a quantidade de palavras que uma obra deve conter, os livros são produzidos por uma indústria que, como tal, estabelece padrões com base em objetivos comerciais. O conteúdo molda-se ao custo e não o contrário. A indústria do livro é cara e evita investimentos em publicações que não atendam aos padrões de otimização de produção, logística e vendas. Isso vale não só para livros físicos, mas também para e-books, que, embora não rodem em gigantescas máquinas de impressão, requerem altos investimentos

tecnológicos para rodarem em plataformas digitais. Na Tabela 3, observa-se o: mesmo número de páginas para publicações distintas, tanto em obras nacionais como em obras traduzidas .

**Tabela 3 - Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil – julho/2019.**

Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	10.764	Sim	Sim
2º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	7.276	Sim	Sim
3º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	6.837	Sim	Não
4º	Pique-esconde com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	6.231	Sim	Sim
5º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	6.107	Sim	Não
6º	Diário de um banana: batalha neval	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	5.110	Sim	Não
7º	Para todos os garotos que já amei	Jenny Han	Intrínseca	Sim	320	3.460	Sim	Não
8º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	2.960	Não	Sim
9º	O pequeno príncipe	Antoine Saint-Exupéry	HarperCollins	Sim	96	2.955	Sim	Não
10º	O poder da ação para crianças	Paulo Vieira/Mauricio de Sousa	Gente	Não	96	2.943	Sim	Não

**Fonte:** PublishNews.

Com o levantamento do número de páginas das obras publicadas originalmente em português e daquelas traduzidas, ficou evidente que as primeiras são muito mais curtas. As obras nacionais elencadas apresentam, em geral, 64 e 96 páginas, exceto quatro delas: *O Mundo Segundo Felipe Neto* (128 p.), *As Aventuras de Mike* (144 p.), *As Aventuras de Mike: o Bebê Chegou* (176 p.), *A Força do Sangue de Jesus* (24 p.). Já as obras traduzidas apresentam número de páginas mais diversificado e são bastante extensas, contendo em torno de 366 páginas. Não se atêm tanto ao lúdico, mas exploram exaustivamente a fantasia, sobretudo narrativas mitológicas e focadas em magia e aventura, histórias do dia a dia e artes visuais. Essa discrepância quanto à extensão e à temática das obras nacionais e estrangeiras associa-se a questões como: a influência de autores de línguas anglo-saxônica na cultura de massa, sobretudo no Brasil; se os jovens leitores brasileiros leem, de fato, essas extensas obras estrangeiras, se se portam como receptores, buscando o sentido do texto, ou apenas como consumidores, já que, como visto, são obras estreitamente vinculadas com marketing cultural.

### 2.9.5 Aspectos da tradução

O meio técnico-científico-informacional, no conceito de Milton Santos (2006), constitui-se em um contexto histórico em que se tem a sensação de proximidade dos locais e de interação com os fatos. A tradução, que sempre foi fundamental na comunicação e na transmissão de conhecimento entre os povos, assume papel de suma importância também no mundo globalizado, especialmente nas áreas que lidam com línguas, linguagens e conteúdos culturais. No entanto, todos os mercados intencionam lucro, e parece geral a ideia de que uma

das grandes contribuições para obtê-lo seja a terceirização de serviços, o que vem ocorrendo cada vez mais na indústria editorial.

Focando os dados coletados para este trabalho, obteve-se 34% de publicações nacionais e 66% de publicações traduzidas. Inclusive os poucos clássicos encontrados aqui, os quais foram mencionados anteriormente, são traduzidos e quase todos da língua inglesa.

Poder-se-ia supor que o alto índice de obras traduzidas revertesse em boas ofertas de trabalho aos tradutores, mas não é o que ocorre, já que no Brasil essa profissão não é regulamentada, e o trabalho é geralmente terceirizado mediante prazos reduzidos e má remuneração. A esse fato, somam-se várias práticas de cunho corporativo que buscam estender as vendas de determinadas publicações para outros países, utilizando, por exemplo, adaptações que tornam o texto mais bem aceito por leitores de meios culturais diversos, ou que facilitam a compreensão imediata, ou seja, a decodificação, sem promover conhecimento por meio da leitura.

Diante do exposto, ressalta-se a importância do docente que atua na formação de leitores e o desafio que encontra em sua carreira: levar cidadãos que consomem a coloquialidade dos livros de entretenimento, a má tradução dos best-sellers ou mesmo quase nenhum texto de ficção a tornarem-se leitores críticos até o final do Ensino Médio.

### **2.9.6 Estratégias para aquecimento do mercado**

Para atender à perspectiva do mercado, há autores que se profissionalizam (PELLEGRINI, [s. d.]) e assinam sucessivos lançamentos em um intervalo de tempo relativamente curto, de modo que o sucesso de uma obra vai abarcando as demais. Assim, por exemplo, em onze anos (1997 a 2007), J. K. Rowling lançou os sete livros da série *Harry Potter*; em quatro anos (2014 a 2017), Jenny Han lançou seus três livros que constam nas listas de abril de 2019 (Tabela 4); em dois anos (2018 e 2019), Lucas Netto lançou os quatro livros de entretenimento destacados na lista de outubro/2019. (Tabela 5) Tais publicações estão entre aquelas que se revezaram nas dez primeiras posições do ranking do PublishNews ao longo do período estudado. Isso demonstra que o público infantojuvenil tem apresentado comportamento pouco eclético quanto a suas preferências de leitura, as quais são direcionadas pelo cinema e pela internet. A familiaridade com determinados autores e personagens acompanha o leitor ao longo de séries inteiras que, na maioria das vezes, apresentam conteúdo repetitivo.

**Tabela 4 - Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil – abril/2019.**

Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	15.585	Sim	Sim
2º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	13.435	Sim	Não
3º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	9.734	Sim	Sim
4º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	7.949	Sim	Não
5º	Para todos os garotos que já amei	Jenny Han	Intrínseca	Sim	320	4.266	Sim	Não
6º	P.S.: Ainda amo você	Jenny Han	Intrínseca	Sim	304	3.716	Sim	Não
7º	Diário de um banana: batalha neval	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	3.206	Sim	Não
8º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	2.764	Não	Sim
9º	Felipe Neto: a vida por trás das câmeras	Felipe Neto	Pixel	Não	64	2.735	Sim	Sim
10º	Agora e para sempre, Lara Jean	Jenny Han	Intrínseca	Sim	304	2.442	Sim	Não

Fonte: PublishNews.

**Tabela 5 - Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil – outubro/2019.**

Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Luccas Neto em "Os aventureiros"	Luccas Neto	Pixel	Não	64	13.091	Sim	Sim
2º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	8.576	Sim	Não
3º	O mundo segundo Felipe Neto	Felipe Neto	Pixel	Não	128	8.419	Sim	Não
4º	As aventuras de Mike	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	Não	144	8.088	Sim	Não
5º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	5.941	Não	Sim
6º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	5.291	Sim	Sim
7º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	4.338	Sim	Sim
8º	Pique-esconde com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	4.220	Sim	Sim
9º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	4.004	Sim	Não
10º	Diário de um banana: batalha neval	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	3.898	Sim	Não

Fonte: PublishNews.

No mundo globalizado, muitas editoras vendem o que a mídia produz, o que está amplamente divulgado pelos meios de comunicação, o que circula por todo o planeta e está subordinado à ordem mundial. Nesse caso, a repetição temática não chega a ser vista como um problema ou mesmo como um desafio a se pensar em algo novo que possa agradar igualmente aos jovens leitores. Prevaecem as fórmulas de sucesso rápido, capazes de transpor fronteiras físicas, culturais, sociais; enfim, de atingir os mais altos índices de vendas. Assim, beneficiam-se as editoras que conseguem reter autores de ampla projeção social, como ocorre na lista de agosto/2019 (Tabela 6), em que o número de exemplares vendidos por uma única editora superou o total do que venderam, juntas, as demais integrantes do ranking.

**Tabela 6 - Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil – agosto/2019.**

Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	11.382	Sim	Sim
2º	Pique-esconde com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	9.056	Sim	Sim
3º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	8.810	Sim	Sim
4º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	7.656	Sim	Não
5º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	5.760	Sim	Não
6º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	5.463	Não	Sim
7º	O poder da ação para crianças	Paulo Vieira/Maurício de Sousa	Gente	Não	96	3.871	Sim	Não
8º	Diário de um banana: batalha neval	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	3.850	Sim	Não
9º	P.S.: Ainda amo você	Jenny Han	Intrínseca	Sim	304	3.760	Sim	Não
10º	Luccas Neto em "Os aventureiros"	Luccas Neto	Pixel	Não	64	3.551	Sim	Sim

Fonte: PublishNews.

Para manter suas publicações entre as mais bem-sucedidas no mercado, as editoras buscam se adequar a ocasiões especiais, sejam elas previsíveis ou não. Assim, para comemorar os 20 anos do lançamento da série *Harry Potter*, foi produzida uma edição especial de todos os volumes em formato maior, capa dura e novas ilustrações. Embora seja uma produção mais cara, já sai tendo um público potencial, o que compensa o investimento. Vale lembrar que a geração que cresceu ao mesmo tempo em que crescia a coleção e seu personagem principal encontra-se hoje na casa dos 30 anos de idade, ou seja, subentende-se que já conta com rendimentos próprios o suficiente para satisfazer alguns de seus desejos de consumo, apesar das dificuldades econômicas que abrangem grande parte da população brasileira e do alto custo dos livros no país.

No início de 2020, o Brasil começou a ser atingido pela pandemia de covid-19 que comprometeu o andamento das mais diversas atividades ao longo de todo o ano, estendendo-se para o ano seguinte. O mercado editorial foi um dos setores comerciais afetados com o fechamento de livrarias, o encarecimento do custo de produção tanto em razão da pandemia como de novas políticas fiscais adotadas no país, a queda do poder aquisitivo da população, que em grande parte teve de cortar o item livro de seu orçamento. Por outro lado, uma outra parte da população conseguiu preservar um pouco seus rendimentos por meio do *home office*, mantendo-se muito mais tempo em casa, inclusive em companhia de crianças e adolescentes no ensino remoto. Nesse contexto, constatamos uma elevação na quantidade de obras ofertadas nos formatos box, coleção, combo, tendo o consumidor mais opções para pagar e mais material para ler durante o período de isolamento social. No mês de maio/2020 (Tabela 7), por exemplo, foram registrados quatro boxes, inclusive nas duas primeiras posições do ranking, além do volume único das *Crônicas de Nárnia*, que reúne todos os livros da série, equivalendo, portanto, a uma coleção ou um box. Todas essas publicações traduzidas do inglês.

**Tabela 7 - Livros da categoria infantojuvenil mais vendidos – Brasil – maio/2020.**

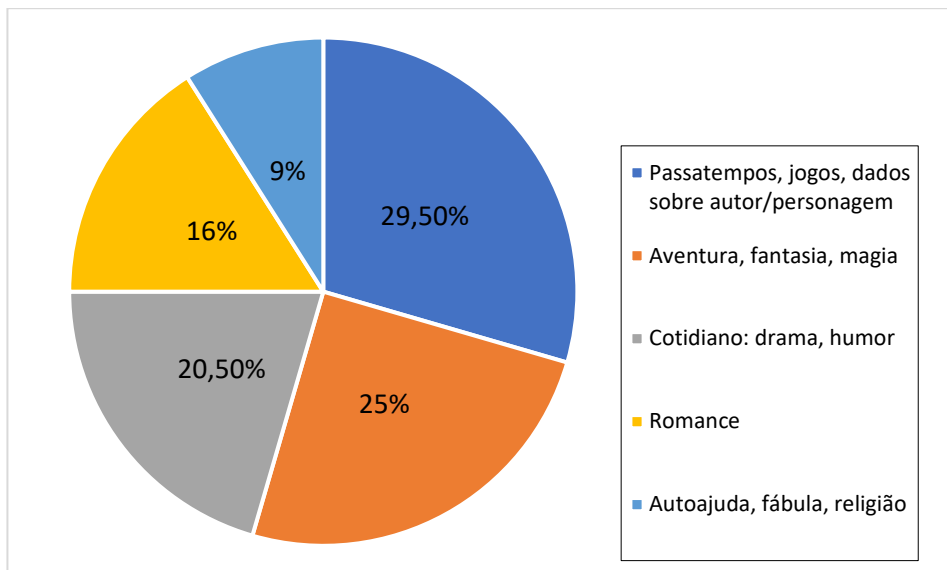
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Box Harry Potter	J. K. Rowling	Rocco	S	3.096	2.546	Sim	Não
2º	Box Alice no País das Maravilhas	Lewis Carroll	Pandorga	S	384	2.124	Sim	Sim
3º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	S	208	1.200	Sim	Não
4º	As crônicas de Nárnia (v. único)	C. S. Lewis	Martins Fontes	S	752	1.183	Sim	Não
5º	Harry Potter e a câmara secreta (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	S	224	1.078	Sim	Não
6º	Box Percy Jackson e os olimpianos	Rick Riordan	Intrínseca	S	1.816	1.041	Sim	Não
7º	A prometida	Kiera Cass	Seguinte	S	344	892	Sim	Não
8º	Harry Potter e o prisioneiro de Azkaban (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	S	288	759	Sim	Não
9º	As aventuras de Mike	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	N	144	679	Sim	Não
10º	Box Diário de um banana (pocket - v. 1)	Jeff Kinney	VR Editora	S	1.120	606	Sim	Não

**Fonte:** PublishNews.

## 2.10 PREFERÊNCIAS DO PÚBLICO DE LITERATURA INFANTOJUVENIL

Entre boxes, coleções, obras avulsas, edições especiais e muito entretenimento, foi levantado neste trabalho o total de 44 publicações, agrupadas nas categorias descritas no Gráfico 1, elaborado com base em dados compilados do PublishNews.

**Gráfico 1** – Categorias das publicações editoriais mais vendidas – Brasil – março/2018 a dezembro/2020.



**Fonte:** PublishNews.

É bastante expressivo o percentual de publicações consumíveis, contendo passatempos, jogos, atividades e texto focado na figura do personagem interpretado pelo próprio autor, em geral um influenciador digital. O conteúdo dessas publicações contempla o lúdico e não a literatura infantojuvenil; fomenta a consolidação de imagens famosas que passam a ser requisitadas pelo marketing comercial, e não o direito à literatura de jovens que poderiam encontrar entretenimento em textos bem construídos e instigantes. No entanto, a categoria ocupou o primeiro lugar no levantamento feito, representando a opção de grande parte do público infantojuvenil, seja por escolha própria ou, possivelmente, por intermédio de pais ou responsáveis que encontram nesse material um recurso para manter os adolescentes entretidos sem sair de casa.

Em segundo lugar, destacaram-se as histórias de aventura, fantasia e magia, sobretudo aquelas povoadas de bruxos, vampiros, seres fantásticos, com muita aventura e lugares misteriosos. É a síntese do desconhecido, algo que agrada muito aos adolescentes. Estando em uma fase da vida tão instável, repleta de transformações, sem conhecer bem a si mesmo, os

adolescentes se envolvem com a narrativa fantástica e se imaginam imersos em um universo onde as situações mais difíceis se resolvem por encanto e magia, sem as atribuições da realidade em que vivem. A alta demanda por esse tipo de literatura faz as editoras acelerarem processos de produção, o que acaba comprometendo a qualidade dos textos, reforçando o lugar-comum e os clichês. Contudo há obras que merecem ser trabalhadas como um ponto de partida para a formação de jovens leitores.

Verificou-se ainda como opção de leitura para adolescentes as obras mais próximas do real, que retratam aspectos do cotidiano, trazendo algumas histórias bem-humoradas, outras mais dramáticas, envolvendo temas como *bullying*, conflitos internos, entre outros. Algumas publicações dessa categoria parecem estar na esfera do entretenimento, enquanto outras apresentam elementos um pouco mais complexos, que valeriam a pena ser aprofundados para o desenvolvimento de uma leitura crítica.

Também mais próximos do real estão os romances e os livros de autoajuda, religião e fábula. Somadas, essas categorias representaram 25% das publicações vendidas no período. Os romances ainda apresentaram um índice de vendas superior aos das últimas categorias elencadas, porém dentre as sete obras levantadas nessa categoria, encontramos duas trilogias, ou seja, subentende-se que o número de leitores dessas obras seja inferior ao número de exemplares vendidos.

## 2.11 REFLETINDO SOBRE RESULTADOS

O levantamento feito para este trabalho cobriu um período de 22 meses (março/2019 a dezembro/2020) e foram listadas, no ranking das dez primeiras posições, apenas 44 publicações, inclusive algumas que se repetiram em edições especiais. O mercado editorial brasileiro, apesar das crises por que vem passando, é vasto e lança, anualmente, grande número de obras, contudo ficam entre as mais vendidas sempre aquelas que contam com maior investimento de produção e marketing. Circulam pelo país várias obras de boa qualidade, mas em tiragens reduzidas, que não chegam a aparecer nos sites das grandes livrarias. Há pessoas com bom potencial para escrever para crianças e adolescentes, mas que, em virtude de sua realidade socioeconômica, deixam a criação literária como atividade secundária por não ter possibilidades de custear uma tiragem expressiva, o que implicaria altos investimentos além da submissão da própria imagem às mídias da comunicação em massa.

Até aqui, foram apontados aspectos da leitura como instrumento de inserção social, manifestação cultural, entre outras ações da vida humana. Enfatizou-se a leitura textual, que remete aos objetivos deste trabalho, ressaltando que, para ser realizada satisfatoriamente, é necessário que o leitor recorra à sua bagagem cultural e à sua experiência de vida. Retoma-se ora a questão da interação social entre escritor e leitor (KLEIMAN, 2016). O leitor amplia sua bagagem cultural tanto por meio da própria vivência como por meio da vivência do autor, a qual se constitui matéria-prima para suas criações literárias. Eis uma das engrenagens que geram o amadurecimento do ser humano: a leitura de bons textos enriquece a bagagem cultural do leitor que, por sua vez, se torna cada vez mais apto para fruir bons textos.

Diante dos resultados obtidos neste trabalho, é válida uma reflexão sobre a real existência de interação entre sujeitos (autor-leitor), frequentemente ameaçada por um outro tipo de interação, a de mercado, entre produtores e consumidores. O que os jovens leitores buscam espontaneamente no mercado editorial está muito distante dos cânones literários apoiados pela escola e se aproxima cada vez mais de conceitos pós-modernos derivados do meio técnico-científico-informacional, tais como a supremacia das mídias eletrônicas, o consumismo, a cultura de massa, a aceleração dos processos, entre outros.

Por influência da internet e do cinema, chegam ao público muitas obras traduzidas, sobretudo da língua inglesa, e que também agradam ao jovem brasileiro, cujo estilo de vida se inspira em grande parte na cultura anglo-saxônica.

Outro tipo de publicação bastante requisitado pelos pré-adolescentes implica consumismo sobretudo por lhes apresentar o livro como um objeto onde se encontram desenhos, kits, *cards*, pôsteres, adesivos etc., não como suporte de um texto inteiro a ser lido – que a leitura para eles é tida como algo maçante; preferem ler frases soltas que acompanham os encartes.

O mercado editorial atende às demandas dos jovens consumidores e trabalha em ritmo acelerado para lhes oferecer sempre livros novos, pelo menos na perspectiva material, já que, como visto, os lançamentos são frequentes. No entanto, a produção acelerada e a pressa de emplacar um novo título (enquanto o nome do autor está em evidência na mídia) limitam os conteúdos de tal maneira que, apesar do grande número de publicações, as possibilidades de escolha se tornam relativamente reduzidas, uma vez que as produções incorrem na mesmice, no uso excessivo de clichês, na redundância e na repetição de temas.



### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base em dados coletados ao longo deste trabalho, constatou-se que os jovens leitores brasileiros têm buscado no mercado editorial algo muito diferente do que a escola propõe em sua grade curricular. Trata-se basicamente de publicações de entretenimento; narrativas fantásticas povoadas de magia, com seres e lugares misteriosos e muita aventura; romances e narrativas hilárias focadas na adolescência. Nada de autores consagrados da literatura infantojuvenil; de bons autores novos, que escrevem textos instigantes, bem estruturados, com bom uso da língua portuguesa; de títulos frequentemente elencados nas sugestões de leitura dos livros didáticos. Quase nada de clássicos, a não ser uns poucos que vêm na esteira do marketing cultural. A linguagem simplificada, coloquial, atrai o leitor jovem na medida em que gera familiaridade com sua maneira de se expressar, a qual, por sua vez, é influenciada pela internet. A maioria dos livros que se destacaram como mais vendidos focam na comunicação imediata de um conteúdo e não na leitura cuidadosa de um texto bem escrito, que seja criativo, instigante e significativo para o leitor e lhe acrescente, além da experiência de lidar com diversos elementos da linguagem escrita, o prazer de adquirir conhecimento e fruir uma produção artística exclusivamente textual.

É possível verificar uma referência ao livro como objeto, não como obra artística textual. O livro tem sido um suporte físico para um conteúdo originalmente criado na internet e que reforça o vínculo do leitor-consumidor com esta e outras mídias de amplo alcance.

Os jovens leitores são amplamente influenciados pela mídia, por personalidades de destaque em redes sociais e pelo cinema. É até possível considerar tal influência normal por se tratar de um público nascido no século XXI, porém, no âmbito da formação integral do indivíduo, inclusive como leitor crítico, a maneira excessiva e intensa com que ela ocorre torna-se um fator preocupante. O ritmo acelerado das telas, dos aplicativos e das redes se reflete das publicações editoriais voltadas para crianças e adolescentes, a começar da maneira industrializada como são pensadas e produzidas.

Na pressa do mercado editorial, perde-se o escritor apaixonado pelas palavras e ganha-se o escritor contratado para escrever e imprimir o peso de seu nome às publicações, conquistando, assim, a simpatia do público. Enquanto isso, afasta-se a ideia de leitura como processo interativo, em que o leitor recorre a seu conhecimento de mundo para fruir um texto no qual encontra novos elementos que enriquecem sua bagagem sociocultural. Mesmo algumas obras que apresentam uma estrutura literária pecam pelo excesso do lugar-comum, pelo esgotamento temático, buscando a garantia de sucesso em detrimento da proposta de algo novo.

A escola brasileira não tem trabalhado satisfatoriamente com a formação de leitores, o que prejudica a formação dos jovens, principalmente daqueles que não encontram em casa ambiente propício para se firmar como leitor. Chega-se ao ponto de os adolescentes não considerarem, para seus momentos de lazer, o que é visto como literatura na escola, pois, para eles, é como se fosse uma obrigação, uma rotina escolar da qual eles fogem. Isso se deve a diversos fatores, que vão desde o despreparo do docente até as lacunas na estrutura pedagógica que dificultam novas propostas de trabalho com leitura literária.

Por meio deste trabalho, ao levantar as preferências do público de literatura infantojuvenil e as ofertas do atual mercado editorial brasileiro, ressalta-se que a escola está a meio caminho dessas duas partes. Se o mercado não oferece clássicos, se os clássicos de hoje não são mais como eram os de tempos passados, se temos uma cultura de massa cheia de lacunas com a ausência de bons textos entre seus produtos mais vendidos, fato é que o estudante da Educação Básica tem, sim, direito a se divertir com publicações de conteúdo lúdico, mas também direito de ter acesso à literatura. Assim, o trabalho com textos literários deve ir além das aulas de Língua Portuguesa e buscar, nas opções dos jovens leitores, por mais divergentes que sejam, um caminho que os leve a conhecer produções melhores e a despertar gosto por elas. Dentre as obras aqui elencadas, por exemplo, há algumas ligadas ao cinema que poderiam servir de ponto de partida para um trabalho docente na formação de leitores, uma vez que trazem uma linguagem dinâmica, agradável ao leitor nascido no contexto da modernidade, e apresentam elementos literários em sua estrutura. Em diversos pontos do Brasil, alguns docentes já vêm trabalhando nesse sentido, mas a proposta precisa ser ampliada e obter o aval das autoridades em Educação. Importante frisar que não se trata de abonar a escolha opcional dos jovens, colocando best-sellers no lugar de obras literárias, mas de quebrar o preconceito literário e incentivar o gosto pela leitura para poder, a partir, daí, orientar leituras melhores.

Espera-se que a iniciativa de docentes que atuam no processo escrita-leitura, bem como a contribuição de trabalhos acadêmicos como este, possam suscitar a necessidade de uma renovação da escola brasileira no que diz respeito a conceitos, metodologias, estratégias didáticas e profissionalismo no trabalho docente com literatura infantojuvenil visando à formação de leitores críticos. Da mesma forma se faz necessária uma mobilização em favor da valorização do livro como obra artística e cultural, sobretudo no pós-pandemia, o chamado “novo normal”, já que, com o isolamento social e as aulas remotas, os estudantes não apenas se afastaram ainda mais da proposta de literatura da escola, como também intensificaram o consumo de publicações de entretenimento.

Em meio à atual relação de consumo entre mercado editorial e público infantojuvenil, fomentada pelo universo midiático que marca o século XXI, é importante garantir aos jovens leitores em formação aquilo que o mestre Antonio Candido aponta como imprescindível na formação integral do ser humano: o direito à literatura (CANDIDO, 2004).

## REFERÊNCIAS

- BIASIOLI, Bruna Longo. As interfaces da literatura infantojuvenil: panorama entre o passado e o presente. *Terra Roxa e Outras Terras - Revista de Estudos Literários*. Londrina, v. 9, p. 91-106, 2007. Disponível em: [http://www.uel.br/pos/letras/terraroxa/g\\_pdf/vol9/9\\_9.pdf](http://www.uel.br/pos/letras/terraroxa/g_pdf/vol9/9_9.pdf). Acesso em: 20 maio 2021.
- CALVINO, Italo. Por que ler os clássicos. In: CALVINO, Italo. *Por que ler os clássicos*. Tradução: Nilson Moulin. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 9-16.
- CANDIDO, Antonio. O direito à literatura. In: CANDIDO, Antonio. *Vários escritos*. 4. ed. São Paulo: Duas Cidades; Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2004. p. 169-191.
- CECCANTINI, João Luis C. T. (org.). *Leitura e literatura infanto-juvenil: memória de Gramado*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2004.
- CURIA, Denise Fonseca dos Santos. A literatura infantojuvenil na contemporaneidade: um outro olhar para o literário em sala de aula. *Revista Thema*, Pelotas, v. 9, n. 2, p. 1-17, dez. 2012. Disponível em: <http://periodicos.ifsul.edu.br/index.php/thema/article/view/134/73>. Acesso em: 20 maio 2021.
- HORELLOU-LAFARGE, Chantal; SEGRÉ, Monique. *Sociologia da leitura*. Tradução: Mauro Gama. Cotia: Ateliê Editorial, 2010.
- IBGE. IBGE Educa. 2021. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18317-educacao.html>. Acesso em: 27 jun. 2021.
- IBGE. Séries Históricas e Estatísticas. [S. d.]. Disponível em: <https://seriesestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?no=4&op=0&vcodigo=CD101&t=taxa-analfabetismo-pessoas-15-anos-mais>. Acesso em: 27 jun. 2021.
- KLEIMAN, Angela. *Texto & leitor: aspectos cognitivos da leitura*. 16. ed. Campinas: Pontes Editores, 2016.
- KLEIMAN, Angela. B. *Preciso “ensinar” o letramento?: Não basta ensinar a ler e a escrever?* Campinas: Cefiel/IEL/Unicamp, 2005-2010. p. 19 e 21. (Linguagem e letramento em foco: Linguagem nas séries iniciais).
- LEFFA, Vilson J. *Aspectos da leitura: uma perspectiva psicolinguística*. Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto, 1996.
- MARTHA, Alice Áurea Penteado. A literatura infantil e juvenil: produção brasileira contemporânea. *Letras de Hoje*, Porto Alegre, v. 43, n. 2, p. 9-16, abr./jun. 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/4744/3573>. Acesso em: 20 maio 2021.
- NORONHA, Heloísa. Harry Potter, um conto de fadas pós-moderno: a identificação de quem lê é parte crucial da receita mágica do caldeirão de JK Rowling. *Veja*, São Paulo, jun. 2017.

Seção Cultura. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/especiais/harry-potter-um-conto-de-fadas-pos-moderno/>. Acesso em: 20 maio 2021.

PELLEGRINI, Tânia. A literatura e o leitor em tempos de mídia e mercado. Instituto de Estudos da Linguagem – IEL-Unicamp, Campinas, [s. d.]. Disponível em: <https://www.unicamp.br/iel/memoria/Ensaios/tania.html>. Acesso em: 20 maio 2021.

PUBLISHNEWS. *Mais vendidos: lista geral*. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/ranking/>. Acesso em: 20 maio 2021.

REIMÃO, Sandra. *Mercado editorial brasileiro: 1960-1990*. São Paulo: Com-Arte Fapesp, 1996.

SANTOS, Milton. Do meio natural ao meio técnico-científico-informacional. In: SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 4. ed. 2. reimpr. São Paulo: EDUSP, 2006. (Coleção Milton Santos, 1) . p. 156-175.

TEXTO. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2020. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/texto/>. Acesso em: 20 maio 2021.

TODOROV, Tzvetan. *A literatura em perigo*. Tradução: Caio Meira. Rio de Janeiro: Difel, 2009.

ZILBERMAN, Regina. Introduzindo a literatura infantojuvenil. *Revista Perspectiva*, Florianópolis, v. 1, n. 4, p. 98-102, jan./dez. 1985.

**ANEXO A - RANKING DOS 10 LIVROS DA CATEGORIA  
INFANTOJUVENIL MAIS VENDIDOS, CONFORME PUBLISHNEWS – BRASIL –  
MARÇO/2019 A DEZEMBRO/2020.**

LISTA DE LIVROS INFANTOJUVENIS MAIS VENDIDOS_GERAL_MENSAL_PUBLISHNEWS									
MARÇO_2019									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	12.625	Sim	Sim	
2º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	7.416	Sim	Não	
3º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	6.771	Sim	Não	
4º	Para todos os garotos que já amei	Jenny Han	Intrínseca	Sim	320	6.532	Sim	Não	
5º	P.S.: Ainda amo você	Jenny Han	Intrínseca	Sim	304	5.413	Sim	Não	
6º	Extraordinário	R. J. Palacio	Intrínseca	Sim	320	4.172	Sim	Não	
7º	Diário de um banana: batalha neval	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	4.092	Sim	Não	
8º	Agora e para sempre, Lara Jean	Jenny Han	Intrínseca	Sim	304	4.032	Sim	Não	
9º	Felipe Neto: a vida por trás das câmeras	Felipe Neto	Pixel	Não	64	3.524	Sim	Sim	
10º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	3.110	Não	Sim	
ABRIL_2019									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	15.585	Sim	Sim	
2º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	13.435	Sim	Não	
3º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	9.734	Sim	Sim	
4º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	7.949	Sim	Não	
5º	Para todos os garotos que já amei	Jenny Han	Intrínseca	Sim	320	4.266	Sim	Não	
6º	P.S.: Ainda amo você	Jenny Han	Intrínseca	Sim	304	3.716	Sim	Não	
7º	Diário de um banana: batalha neval	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	3.206	Sim	Não	
8º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	2.764	Não	Sim	
9º	Felipe Neto: a vida por trás das câmeras	Felipe Neto	Pixel	Não	64	2.735	Sim	Sim	
10º	Agora e para sempre, Lara Jean	Jenny Han	Intrínseca	Sim	304	2.442	Sim	Não	
MAIO_2019									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	25.947	Sim	Sim	
2º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	10.077	Sim	Não	
3º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	10.042	Sim	Sim	
4º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	9.570	Sim	Não	
5º	Diário de um banana: batalha neval	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	6.159	Sim	Não	
6º	Para todos os garotos que já amei	Jenny Han	Intrínseca	Sim	320	5.296	Sim	Não	
7º	P.S.: Ainda amo você	Jenny Han	Intrínseca	Sim	304	4.181	Sim	Não	
8º	Agora e para sempre, Lara Jean	Jenny Han	Intrínseca	Sim	304	3.539	Sim	Não	
9º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	3.079	Sim	Não	
10º	O pequeno príncipe	Antoine Saint-Exupéry	HarperCollins	Sim	96	2.868	Sim	Não	
JUNHO_2019									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	14.042	Sim	Sim	
2º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo do Livro	Sim	288	7.295	Sim	Não	
3º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	6.415	Sim	Sim	
4º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	5.850	Sim	Não	
5º	Diário de um banana: batalha neval	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	4.891	Sim	Não	
6º	Pique-esconde com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	4.890	Sim	Sim	
7º	O pequeno príncipe	Antoine Saint-Exupéry	HarperCollins	Sim	96	4.886	Sim	Não	
8º	Harry Potter e a câmara secreta (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	224	3.547	Sim	Não	
9º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	3.098	Sim	Não	
10º	Para todos os garotos que já amei	Jenny Han	Intrínseca	Sim	320	3.064	Sim	Não	
JULHO_2019									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	10.764	Sim	Sim	
2º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	7.276	Sim	Sim	
3º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	6.837	Sim	Não	
4º	Pique-esconde com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	6.231	Sim	Sim	
5º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	6.107	Sim	Não	
6º	Diário de um banana: batalha neval	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	5.110	Sim	Não	
7º	Para todos os garotos que já amei	Jenny Han	Intrínseca	Sim	320	3.460	Sim	Não	
8º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	2.960	Não	Sim	
9º	O pequeno príncipe	Antoine Saint-Exupéry	HarperCollins	Sim	96	2.955	Sim	Não	
10º	O poder da ação para crianças	Paulo Vieira/Maurício de Sousa	Gente	Não	96	2.943	Sim	Não	

AGOSTO_2019								
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	11.382	Sim	Sim
2º	Pique-esconde com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	9.056	Sim	Sim
3º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	8.810	Sim	Sim
4º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	7.656	Sim	Não
5º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	5.760	Sim	Não
6º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	5.463	Não	Sim
7º	O poder da ação para crianças	Paulo Vieira/Maurício de Sousa	Gente	Não	96	3.871	Sim	Não
8º	Diário de um banana: batalha neval	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	3.850	Sim	Não
9º	P.S.: Ainda amo você	Jenny Han	Intrínseca	Sim	304	3.760	Sim	Não
10º	Luccas Neto em "Os aventureiros"	Luccas Neto	Pixel	Não	64	3.551	Sim	Sim

SETEMBRO_2019								
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Luccas Neto em "Os aventureiros"	Luccas Neto	Pixel	Não	64	17.412	Sim	Sim
2º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	8.137	Sim	Sim
3º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	8.000	Sim	Não
4º	Pique-esconde com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	7.801	Sim	Sim
5º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	6.548	Sim	Sim
6º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	5.103	Sim	Não
7º	O mundo segundo Felipe Neto	Felipe Neto	Pixel	Não	128	4.992	Sim	Não
8º	O animado mundo Kids Fun	Luiz Phellipe/Rafaella Baltar	Pixel	Não	64	4.892	Sim	Sim
9º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	3.491	Não	Sim
10º	Enaldinho: a lenda do Zap	Enaldinho	Astral Cultural	Não	64	3.393	Sim	Sim

OUTUBRO_2019								
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Luccas Neto em "Os aventureiros"	Luccas Neto	Pixel	Não	64	13.091	Sim	Sim
2º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	8.576	Sim	Não
3º	O mundo segundo Felipe Neto	Felipe Neto	Pixel	Não	128	8.419	Sim	Não
4º	As aventuras de Mike	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	Não	144	8.088	Sim	Não
5º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	5.941	Não	Sim
6º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	5.291	Sim	Sim
7º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	4.338	Sim	Sim
8º	Pique-esconde com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	4.220	Sim	Sim
9º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	4.004	Sim	Não
10º	Diário de um banana: batalha neval	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	3.898	Sim	Não

NOVEMBRO_2019								
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Luccas Neto em "Os aventureiros"	Luccas Neto	Pixel	Não	64	10.786	Sim	Sim
2º	As aventuras de Mike	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	Não	144	8.819	Sim	Não
3º	O mundo segundo Felipe Neto	Felipe Neto	Pixel	Não	128	7.805	Sim	Não
4º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	7.789	Sim	Não
5º	Diário de um banana: quebra tudo	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	6.023	Sim	Não
6º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	4.743	Sim	Não
7º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	4.676	Não	Sim
8º	As aventuras na Netoland com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	3.799	Sim	Sim
9º	O pequeno príncipe	Antoine Saint-Exupéry	HarperCollins	Sim	96	3.473	Sim	Não
10º	Brincando com Luccas Neto	Luccas Neto	Pixel	Não	64	3.394	Sim	Sim

DEZEMBRO_2019								
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Diário de um banana: quebra tudo	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	11.944	Sim	Não
2º	Luccas Neto em "Os aventureiros"	Luccas Neto	Pixel	Não	64	11.898	Sim	Sim
3º	As aventuras de Mike	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	Não	144	10.160	Sim	Não
4º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	9.846	Sim	Não
5º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	6.755	Não	Sim
6º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	6.430	Sim	Não
7º	O mundo segundo Felipe Neto	Felipe Neto	Pixel	Não	128	6.397	Sim	Não
8º	As crônicas de Nárnia (v. único)	C. S. Lewis	Martins Fontes	Sim	752	6.057	Sim	Não
9º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	5.467	Sim	Não
10º	Box Alice no País das Maravilhas	Lewis Carroll	Pandorga	Sim	384	5.181	Sim	Sim

JANEIRO_2020								
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico
1º	Diário de um banana: quebra tudo	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	8.637	Sim	Não
2º	Luccas Neto em "Os aventureiros"	Luccas Neto	Pixel	Não	64	8.381	Sim	Sim
3º	As aventuras de Mike	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	Não	144	8.004	Sim	Não
4º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	6.364	Sim	Não
5º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	4.879	Não	Sim
6º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	4.760	Sim	Não
7º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	4.702	Sim	Não
8º	Para todos os garotos que já amei	Jenny Han	Intrínseca	Sim	320	4.455	Sim	Não
9º	O mundo segundo Felipe Neto	Felipe Neto	Pixel	Não	128	4.151	Sim	Não
10º	P.S.: Ainda amo você	Jenny Han	Intrínseca	Sim	304	3.656	Sim	Não

FEVEREIRO_2020									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Luccas Neto em "Os aventureiros"	Luccas Neto	Pixel	Não	64	5.886	Sim	Sim	
2º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	4.861	Sim	Não	
3º	As aventuras de Mike	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	Não	144	3.818	Sim	Não	
4º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	3.760	Sim	Não	
5º	Para todos os garotos que já amei	Jenny Han	Intrinseca	Sim	320	3.631	Sim	Não	
6º	O pequeno príncipe	Antoine Saint-Exupéry	HarperCollins	Sim	96	3.450	Sim	Não	
7º	Diário de um banana: quebra tudo	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	3.367	Sim	Não	
8º	O mundo segundo Felipe Neto	Felipe Neto	Pixel	Não	128	2.948	Sim	Não	
9º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	2.907	Sim	Não	
10º	Anne de Green Gables	Lucy Maud Montgomery	Autêntica	Sim	320	2.749	Sim	Não	

MARÇO_2020									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	4.334	Sim	Não	
2º	Luccas Neto em "Os aventureiros"	Luccas Neto	Pixel	Não	64	3.815	Sim	Sim	
3º	As aventuras de Mike	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	Não	144	3.392	Sim	Não	
4º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	2.866	Sim	Não	
5º	O mundo segundo Felipe Neto	Felipe Neto	Pixel	Não	128	2.782	Sim	Não	
6º	Luluca: no mundo dos desafios	Luluca	Astral Cultural	Não	64	2.641	Sim	Sim	
7º	Diário de um banana: quebra tudo	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	2.352	Sim	Não	
8º	O pequeno príncipe	Antoine Saint-Exupéry	HarperCollins	Sim	96	2.169	Sim	Não	
9º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	2.062	Sim	Não	
10º	Extraordinário	R. J. Palacio	Intrinseca	Sim	320	2.061	Sim	Não	

ABRIL_2020									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Luluca: no mundo dos desafios	Luluca	Astral Cultural	Não	64	1.407	Sim	Sim	
2º	Box Alice no País das Maravilhas	Lewis Carroll	Pandorga	Sim	384	1.043	Sim	Sim	
3º	Dinossauros	Tiger Tales	Tiger Tales	Sim	44	379	Não	Sim	
4º	As crônicas de Nárnia (v. único)	C. S. Lewis	Martins Fontes	Sim	752	374	Sim	Não	
5º	Luccas Neto em "Os aventureiros"	Luccas Neto	Pixel	Não	64	368	Sim	Sim	
6º	Anne de Green Gables	Lucy Maud Montgomery	Autêntica	Sim	320	363	Sim	Não	
7º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	353	Sim	Não	
8º	Hi gorgeous!	Anna Layza	Pixel	Não	64	291	Sim	Sim	
9º	Box Diário de um banana (pocket - v. 1)	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	1.120	281	Sim	Não	
10º	O pequeno príncipe (bolso)	Antoine Saint-Exupéry	Edipro	Sim	96	271	Sim	Não	

MAIO_2020									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Box Harry Potter	J. K. Rowling	Rocco	S	3.096	2.546	Sim	Não	
2º	Box Alice no País das Maravilhas	Lewis Carroll	Pandorga	S	384	2.124	Sim	Sim	
3º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	S	208	1.200	Sim	Não	
4º	As crônicas de Nárnia (v. único)	C. S. Lewis	Martins Fontes	S	752	1.183	Sim	Não	
5º	Harry Potter e a câmara secreta (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	S	224	1.078	Sim	Não	
6º	Box Percy Jackson e os olimpianos	Rick Riordan	Intrinseca	S	1.816	1.041	Sim	Não	
7º	A prometida	Kiera Cass	Seguinte	S	344	892	Sim	Não	
8º	Harry Potter e o prisioneiro de Azkaban (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	S	288	759	Sim	Não	
9º	As aventuras de Mike	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	N	144	679	Sim	Não	
10º	Box Diário de um banana (pocket - v. 1)	Jeff Kinney	VR Editora	S	1.120	606	Sim	Não	

JUNHO_2020									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Box Harry Potter	J. K. Rowling	Rocco	Sim	3.096	5.880	Sim	Não	
2º	A cantiga dos pássaros e das serpentes	Suzanne Collins	Rocco Jovens Leitores	Sim	576	3.260	Sim	Não	
3º	Box Percy Jackson e os olimpianos	Rick Riordan	Intrinseca	Sim	1.816	1.778	Sim	Não	
4º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	1.762	Sim	Não	
5º	Beijinhos da Gi	Luccas Neto	Pixel	Não	64	1.444	Sim	Sim	
6º	Harry Potter e a câmara secreta (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	224	1.320	Sim	Não	
7º	Harry Potter e o prisioneiro de Azkaban (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	288	1.049	Sim	Não	
8º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	1.040	Sim	Não	
9º	A seleção	Kiera Cass	Seguinte	Sim	368	901	Sim	Não	
10º	A cinco passos de você	R. Lippincott/M. Daughtry/T. Laconis	Globo Alt	Sim	288	829	Sim	Não	

JULHO_2020									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Box Harry Potter	J. K. Rowling	Rocco	Sim	3.096	5.160	Sim	Não	
2º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	2.409	Sim	Não	
3º	Harry Potter e a câmara secreta (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	224	1.699	Sim	Não	
4º	Box Percy Jackson e os olimpianos	Rick Riordan	Intrinseca	Sim	1.816	1.665	Sim	Não	
5º	A seleção	Kiera Cass	Seguinte	Sim	368	1.362	Sim	Não	
6º	As aventuras de Mike	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	Não	144	1.351	Sim	Não	
7º	A elite	Kiera Cass	Seguinte	Sim	360	1.294	Sim	Não	
8º	A cantiga dos pássaros e das serpentes	Suzanne Collins	Rocco Jovens Leitores	Sim	576	1.208	Sim	Não	
9º	Harry Potter e o prisioneiro de Azkaban (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	288	1.197	Sim	Não	
10º	Beijinhos da Gi	Luccas Neto	Pixel	Não	64	1.127	Sim	Sim	



AGOSTO_2020									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Box Harry Potter	J. K. Rowling	Rocco	Sim	3.096	5.721	Sim	Não	
2º	Coleção especial Anne de Green Gables	Lucy Maud Montgomery	Ciranda Cultural	Sim	1.760	3.783	Sim	Não	
3º	As aventuras de Mike	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	Não	144	1.911	Sim	Não	
4º	Box Percy Jackson e os olimpianos	Rick Riordan	Intrínseca	Sim	1.816	1.837	Sim	Não	
5º	Coraline	Neil Gaiman	Intrínseca	Sim	224	1.413	Sim	Não	
6º	A cantiga dos pássaros e das serpentes	Suzanne Collins	Rocco Jovens Leitores	Sim	576	1.399	Sim	Não	
7º	A seleção	Kiera Cass	Seguinte	Sim	368	1.287	Sim	Não	
8º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	1.256	Sim	Não	
9º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	1.213	Sim	Não	
10º	Harry Potter e a câmara secreta (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	224	1.125	Sim	Não	

SETEMBRO_2020									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Box Harry Potter	J. K. Rowling	Rocco	Sim	3.096	7.380	Sim	Não	
2º	Coleção especial Anne de Green Gables	Lucy Maud Montgomery	Ciranda Cultural	Sim	1.760	3.010	Sim	Não	
3º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	1.896	Sim	Não	
4º	Harry Potter e a câmara secreta (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	224	1.810	Sim	Não	
5º	Beijinhos da Gi	Luccas Neto	Pixel	Não	64	1.803	Sim	Sim	
6º	Coraline	Neil Gaiman	Intrínseca	Sim	224	1.670	Sim	Não	
7º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	1.551	Sim	Não	
8º	A seleção	Kiera Cass	Seguinte	Sim	368	1.542	Sim	Não	
9º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	1.351	Não	Sim	
10º	O pequeno príncipe	Antoine Saint-Exupéry	HarperCollins	Sim	96	1.312	Sim	Não	

OUTUBRO_2020									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Box Harry Potter	J. K. Rowling	Rocco	Sim	3.096	7.260	Sim	Não	
2º	Cidade da Lua Crescente: casa de terra e sangue	Sarah J. Maas	Galera Record	Sim	896	4.077	Sim	Não	
3º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	3.195	Sim	Não	
4º	Harry Potter e a câmara secreta (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	224	2.805	Sim	Não	
5º	Beijinhos da Gi	Luccas Neto	Pixel	Não	64	2.678	Sim	Sim	
6º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	2.607	Não	Sim	
7º	As aventuras de Mike	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	Não	144	2.585	Sim	Não	
8º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	2.217	Sim	Não	
9º	O pequeno príncipe	Antoine Saint-Exupéry	HarperCollins	Sim	96	2.074	Sim	Não	
10º	Anne de Green Gables	Lucy Maud Montgomery	Ciranda Cultural	Sim	336	1.499	Sim	Não	

NOVEMBRO_2020									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Box Harry Potter	J. K. Rowling	Rocco	Sim	3.096	6.563	Sim	Não	
2º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	2.218	Sim	Não	
3º	Coleção especial Anne de Green Gables	Lucy Maud Montgomery	Ciranda Cultural	Sim	1.760	1.837	Sim	Não	
4º	A seleção	Kiera Cass	Seguinte	Sim	368	1.658	Sim	Não	
5º	A força do sangue de Jesus	Raquel Carpenter	Angelus Editora	Não	24	1.502	Sim	Sim	
6º	Coraline	Neil Gaiman	Intrínseca	Sim	224	1.366	Sim	Não	
7º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	1.364	Não	Sim	
8º	Diário de um banana: vai fundo	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	1.359	Sim	Não	
9º	Beijinhos da Gi	Luccas Neto	Pixel	Não	64	1.281	Sim	Sim	
10º	Harry Potter e a câmara secreta (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	224	1.260	Sim	Não	

DEZEMBRO_2020									
Posição	Título	Autor	Editora	Tradução	Páginas	Exemplares	Vínculo com mídias	Material lúdico	
1º	Box Harry Potter	J. K. Rowling	Rocco	Sim	3.096	14.614	Sim	Não	
2º	Diário de um banana: vai fundo	Jeff Kinney	VR Editora	Sim	224	5.475	Sim	Não	
3º	Meu diário mágico	Ciranda Cultural	Ciranda Cultural	Não	96	5.031	Não	Sim	
4º	Coleção especial Anne de Green Gables	Lucy Maud Montgomery	Ciranda Cultural	Sim	1.760	4.418	Sim	Não	
5º	As aventuras de Mike: o bebê chegou	Gabriel Dearo/Manu Digilio	Outro Planeta	Não	176	4.227	Sim	Não	
6º	Harry Potter e a pedra filosofal (capa dura)	J. K. Rowling	Rocco	Sim	208	4.051	Sim	Não	
7º	O diário perdido de Gravity Falls	Alex Hirsch	Universo dos Livros	Sim	288	3.680	Sim	Não	
8º	O pequeno príncipe	Antoine Saint-Exupéry	HarperCollins	Sim	96	3.408	Sim	Não	
9º	Box Percy Jackson e os olimpianos	Rick Riordan	Intrínseca	Sim	1.816	3.155	Sim	Não	
10º	A seleção	Kiera Cass	Seguinte	Sim	368	2.821	Sim	Não	