



A “IDEOLOGIA” NA INTERPRETAÇÃO DA PESQUISA *RETRATO DA LEITURA* NO BRASIL PELA IMPRENSA

Prof. Ms. Richard Romancini

Professor de graduação das Faculdades Integradas Rio Branco

Doutorando em Comunicação - ECA/USP

I. Introdução

Um dos pontos mais destacáveis a respeito da pesquisa *Retrato da leitura no Brasil*¹ é seu pioneirismo, que faz com que ela seja, desde já, uma referência obrigatória nas discussões sobre o acesso à leitura no país. O caráter único da pesquisa decorre do fato dela ter objetivado “identificar a penetração da leitura de livros no Brasil e o acesso a livros” (CBL/Bracelpa/Snel/Abrelivros, 2001, 1²), *a partir de um viés quantitativo*, ou seja, a pesquisa construiu uma amostragem que visou à representatividade total da população brasileira com mais de 14 anos e pelo menos três anos de estudo escolar (um universo estimado de 86 milhões de pessoas).

Em outra oportunidade (Romancini, 2001), discutimos a emergência, nos anos 90, de estudos qualitativos sobre os leitores brasileiros, notando, ao mesmo tempo, a ausência de trabalhos de viés quantitativo. As duas abordagens (qualitativa e quantitativa) não se opõem, em verdade, mútua e criticamente, podem ajudar a esclarecer aspectos ligados ao consumo do impresso no Brasil. É por isso que estranhávamos a ausência de investigações quantitativas, com problemáticas ligadas à leitura. A pesquisa *Retrato da leitura no Brasil* preenche, em grande medida, a lacuna.

Naturalmente, por ser a primeira pesquisa nacional do gênero (projeta-se que ela passe a ser repetida a cada dois anos), a interpretação dos dados não contou com o auxílio de série

¹ A pesquisa foi feita sob encomenda e financiada pelas seguintes entidades ligadas à área do livro: CBL - Câmara Brasileira do Livro, Bracelpa - Associação Brasileira de Celulose e Papel, Snel - Sindicato Nacional dos Editores de Livros e Abrelivros - Associação Brasileira de Editores de Livros; a empresa que a executo, coletando dados entre dezembro de 2000 e janeiro de 2001, foi a A. Franceschini Análises de Mercado.

² Tivemos acesso a um conjunto de slides com os dados da pesquisa, assim, as citações referem-se ao número de slide do documento.



histórica. Porém, o levantamento identificou características importantes das práticas da leitura no Brasil. Com efeito, a seguir, apresentaremos alguns dos dados mais interessantes mostrados pela investigação e, depois, discutiremos o fato da pesquisa ter dado margem a diferentes interpretações por veículos informativos, salientando o papel de uma “ideologia” projetada sobre a interpretação dominante.

II. A pesquisa *Retrato da leitura no Brasil*

Um dos pontos mais significativos da pesquisa foi ter construído/identificado quatro “tipos empíricos” de leitor, que são:

- O *leitor corrente*, 14% da população com mais de 14 anos e 3 anos de escolaridade, conjunto estimado em 12 milhões de leitores – liam um livro no dia da entrevista;
- Os *compradores*, que seriam 20%, cerca de 17,2 milhões de pessoas – o critério de identificação foi a compra de pelo menos um livro no ano de 2000;
- O *leitor efetivo*, 30% da população pesquisada, cerca de 26 milhões de leitores – haviam lido pelo menos um livro nos últimos três meses;
- Os que *costumam ler*, 62%, grupo estimado em 53 milhões de leitores – brasileiros alfabetizados maiores de 14 anos que declararam que “costumam ler” livros.

Trabalhando com as variáveis sexo, idade, escolaridade e classe econômica (A = faixa de renda maior que R\$ 2994; B = renda entre R\$ 1065 e 2943; C = R\$ 497 a R\$ 1064; D = R\$ 263 a 496,00 e E = até R\$ 262), a pesquisa indica que o comprador típico pertence aos grupos B e C, que somam 12 milhões de leitores, e o comprador típico possui ou cursa o ensino médio. A compra média declarada é de 5,92 livros por ano, do que resultam 1,21 livros por adulto alfabetizado (nos termos da pesquisa: maior de 14 anos, com 3 anos de escolaridade).

Outra informação importante é relativa aos locais de compra, a pesquisa demonstra que, embora as livrarias sejam o principal local (57%), na medida em que diminui a faixa de renda aumentam os índices de outras alternativas (banca de jornal, igreja, vendedor de porta em porta, entre outros). Relação parecida ocorre quanto ao tamanho das cidades: quanto menor, maior o peso de canais alternativos às livrarias.

As motivações principais para a compra de livros são a “obtenção de conhecimento” (30%), ter momentos de “distração e lazer” (22%), “evoluir espiritualmente” (17%) e “dar de presente” (14%). Os homens citam mais a primeira motivação do que as mulheres, e o contrário ocorre com as seguintes. Daí que a pesquisa diga que o “homem busca informação e ascensão profissional e a mulher busca mais ‘paz interior’ e presentear” (CBL *et al.*, 2001, 32).

O principal bloqueio à compra do livro é econômico (57%), devido ao custo do livro ou falta de recursos para comprá-lo. A “falta de estimulação” (“informação”, “indicação” e “solicitação formal da escola/empresa”) vem a seguir com 31%. Já a posse do livro é desigual, refletindo a distribuição de renda do país, assim, 18% da população possui 73% dos livros (de qualquer natureza).

Os principais gêneros de leitura citados pelo *leitor corrente* (os 12 milhões que liam um livro na época) foram: “literatura adulta” (29%), “religião” (20%), a Bíblia (18%) e livros de “filosofia e psicologia” (que incluía o gênero auto-ajuda) (19%). De modo que a leitura religiosa é bastante presente, ao todo, 38% dos leitores consumiam-na, sendo mais característica das mulheres, com 45%, contra 31% dos homens. O grupos com menores rendas, maior idade e menor escolaridade lêem mais livros religiosos, enquanto a “literatura adulta” tem mais público nas faixas de leitores com menor idade, maior escolaridade e melhor condição econômica. Quanto a estas duas últimas variáveis (escolaridade e renda) destaca-se também a grande leitura de livros de formação científica e técnica no grupo das maiores rendas.

O acesso aos livros lidos é feito, em partes iguais, pela compra e por outros meios (biblioteca: 8% dos leitores; recebem da escola: 4%), do que se conclui, em função do baixo poder aquisitivo da maioria dos leitores e da posse desigual de livros, que diferentes estratégias podem ser desenvolvidas para facilitar o consumo, entre outras, o aumento da rede de bibliotecas e medidas para baratear as edições.

Em termos do *leitor efetivo*, 30% da população pesquisada que leu um livro nos três meses anteriores à pesquisa, verifica-se que, entre estes 26 milhões de leitores, há um maior acesso ao livro na fase escolar, quanto à idade, e que existe uma “decisiva influência do grau de instrução na leitura e o público com ensino médio é o maior mercado leitor” (CBL *et al.*, 2001,60). Quase como uma consequência, a apreciação da leitura é maior nos grupos com

mais escolaridade e estratos de renda maiores, daí que se possa concluir que a apreciação da leitura possui “total dependência da escolaridade” e “forte dependência do poder aquisitivo” (idem, 69).

Nesse sentido, pode-se dizer que as ações para a melhoria do padrão educacional e nível de renda (num plano estrutural) e programas para aumentar as possibilidades de acesso ao livro tenderão a aumentar os índices relacionados à apreciação da leitura. Sendo que tais ações provavelmente responderiam também aos problemas de acesso ao livro anteriormente arrolados (“bloqueio econômico” e “ausência de estímulo”). Estas questões são estratégicas já que entre o *leitor efetivo* (30%) e os que *costumam ler* (62%) projeta-se um mercado potencial de 27 milhões de leitores.

É importante ressaltar que a pesquisa *Retrato do livro no Brasil* desfaz o senso comum de que o brasileiro não lê, embora mostre com clareza os obstáculos envolvidos na apropriação do livro. E estes são maiores do que em relação a outros tipos de impresso, pois se os leitores habituais de livros (*costumam ler*) são 62%, os de jornal são 68% e de revistas 75% (CBL *et al.*, 2001, 73).

De outro lado, em levantamentos similares realizados em Portugal e França, o grupo equivalente à categoria *leitor efetivo* da pesquisa brasileira alcançou 37% da população portuguesa (3 milhões de leitores) e 49% da francesa (23,5 milhões de leitores). Dado o histórico de país subdesenvolvido do Brasil, nossos 30% de leitores que tiveram acesso a algum livro nos últimos três meses, na época da pesquisa, estão longe de representarem um índice desprezível. Ao mesmo tempo que, em números absolutos, apontam para um mercado potencial (já existente) de 26 milhões de leitores, maior que o dos dois países mencionados (CBL *et al.*, 2001, 88).

III. A interpretação da pesquisa pela imprensa e a ação “ideológica” dessa interpretação

Como já comentamos algo curioso ocorre na divulgação dos dados da pesquisa pela imprensa, na comparação entre diferentes matérias transparece uma disparidade de interpretações. Isso pode ser explicado, no nosso entender, devido ao fato de que tomadas de posição sobre o ato de ler ou conceitos do senso comum a respeito desta atividade interpõem-se entre os dados – configurando, de modo involuntário ou não, pouco importa, uma



“ideologia”. Entendemos aqui este conceito no sentido em que Thompson o reconstrói, ou seja, seguindo a proposição do autor segundo a qual o estudo da ideologia se dirige preferencialmente à análise das

maneiras como o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação. *Fenômenos ideológicos são fenômenos simbólicos significativos desde que eles sirvam, em circunstâncias sócio-históricas específicas, para estabelecer e sustentar relações de dominação. [...] Se fenômenos ideológicos servem, ou não, para estabelecer e sustentar relações de dominação, é uma questão que pode ser respondida somente quando se examina a interação de sentido e poder em circunstâncias particulares – somente ao examinar as maneiras como as formas simbólicas são empregadas, transmitidas e compreendidas por pessoas situadas em contextos sociais estruturados.* (Thompson, 1995, 76, grifos do autor)

Antes de mostrar especificamente a operação dessa “ideologia”, cabe explicitar a composição do *corpus* e a metodologia de análise do mesmo, que permite falar nessa operação discursiva ideológica.

Em verdade a composição de textos não foi sistemática, foram coletados alguns trabalhos que tinham sido publicados sobre a pesquisa *Retrato da Leitura no Brasil* na época de sua divulgação. Por outro lado, a partir de pesquisas na Internet, procuramos outras matérias que abordassem o tema. Dessa forma, chegamos a 12 textos.

É provável que existam outros textos, porém, para os objetivos iniciais do trabalho (analisar como a imprensa interpretara a pesquisa) o *corpus* tinha uma boa representatividade, atingindo tanto a grande imprensa quanto órgãos menores, em ambos os casos, de diferentes regiões do Brasil.

Foi feita então uma descrição das diferentes matérias, em termos do gênero jornalístico das mesmas, e depois uma análise de conteúdo no qual tentamos observar qual o principal viés da interpretação da pesquisa que a matéria acabava produzindo, em termos gerais. Exemplificando melhor, buscamos notar como o levantamento feito pela pesquisa *Retrato da Leitura no Brasil* é visto em relação às práticas da leitura no Brasil. Cabe observar, contudo, que este viés de interpretação é dado principalmente pelos títulos das matérias, com frequência mais negativos ou positivos do que o conteúdo das mesmas.

A tabela, a seguir, mostra os autores dos trabalhos, os veículos nos quais a pesquisa foi abordada, o título da matéria, sua natureza genérica (reportagem, editorial, artigo assinado) e o viés da interpretação, relativo ao modo como a pesquisa é compreendida pelos textos, nos termos já expostos.

Autor – Veículo	Título	Natureza	Interpretação
Angiolillo, F. – <i>Folha de S. Paulo</i>	Brasileiro não encontra prazer na leitura	Reportagem	Negativo
Ferreira, R. – <i>Hoje</i> (PR)	Lendo e aprendendo	Artigo assinado	Negativo
<i>Jornal do Commercio</i> (PE)	Brasileiro não lê	Editorial	Negativo
<i>Zero Hora</i> (RS)	O país que não lê	Editorial	Negativo
Alves, R. – <i>Jornal do Brasil</i> (RJ)	Um país e seus leitores	Reportagem	Descritivo
<i>Correio Riograndense</i>	Dificuldade de acesso a livros faz brasileiro ler pouco	Reportagem	Descritivo
<i>O Dia</i> (RJ)	Falta de estímulo impede crescimento de leitores	Reportagem	Descritivo
<i>Diário do Nordeste</i> (CE)	Mercado editorial	Editorial	Descritivo
Meira, T. – <i>Diário de Pernambuco</i>	Brasileiros lêem, sim!	Reportagem	Positivo
Pavão, J. <i>et al.</i> – <i>Época</i>	Pesquisa nacional revela que 53 milhões de pessoas são leitores, mas o preço ainda faz do livro um artigo de luxo	Reportagem	Descritivo
Sereza, H. C. – <i>O Estado de S. Paulo</i>	Brasil tem 26 milhões de leitores, mostra pesquisa	Reportagem	Descritivo
Sereza, H. C. – <i>O Estado de S. Paulo</i>	Mapeando hábito de leitura do brasileiro	Reportagem	Descritivo

Como se nota, embora a pesquisa *Retrato da leitura no Brasil* não conclua que o “brasileiro não gosta de ler”, “não encontra prazer na leitura” ou que simplesmente não leia, várias reportagens e editoriais destaquem em títulos e/ou no corpo de texto termos como estes (cf. Angiolillo, 2001; Ferreira, 2001; *Jornal do Commercio*, 2001; *Zero Hora*, 2001). Outros veículos adotam um tom mais descritivo e próximo à essência da pesquisa (Alves, 2001; *Correio Riograndense*, 2001; *Diário do Nordeste*, 2001; Meira, 2001; Pavão *et al.*, 2001; Sereza, 2001, 2001a, *O Dia*, 2002), nesse sentido foram classificados como textos “descritivos”. Apenas uma matéria foi categorizada como “positiva”, principalmente em função do título (Meira, 2001).



De modo geral, pode-se dizer que as *reportagens* procuram descrever dados relevantes do levantamento, apontado aspectos negativos e positivos mostrados pela pesquisa, mais do que os editoriais. Estes textos opinativos utilizam a investigação quase somente como pretexto para justificar (de modo pouco fundamentado) opiniões, sobretudo negativas, sobre o estado das práticas de leitura no país. Estas críticas destacaram a premência de que seja alterado um contexto de práticas de leitura que, conforme o editorial do jornal Zero Hora, “não poderia ser pior”.

No nosso entender, apesar da possível relevância do alerta, este tipo de enfoque resulta profundamente conservador, “ideológico”, como discutiremos a seguir.

Antes, porém, vale a pena notar três outros pontos: 1) o interesse despertado pela pesquisa *Retrato da leitura no Brasil* em vários e geograficamente dispersos veículos, o que demonstra a capacidade de mobilização que o tema possui, 2) a importância dos títulos como índices de interpretação. As reportagens, como mostramos, tendem ao descrito, mas os títulos por vezes não. Quanto a isto, é interessante observar que o texto publicado na *Folha de S.Paulo* (Angiolillo, 2001) é posteriormente inserido numa página da Internet do jornalista Gilberto Dimenstein³, e, neste novo contexto, a interpretação equivocada ganha maior destaque, a partir da escolha de outro título: “Brasileiro *realmente* não gosta de ler, mostra pesquisa” (grifo nosso). A pesquisa não comporta uma interpretação como esta, a “comprovação” de que o brasileiro não gosta de ler é uma interpretação errônea, não fundamentada, 3) Por fim, vale notar que poucas matérias ouvem estudiosos da área de pesquisa em leitura. Apenas duas das matérias localizadas têm essa preocupação, a fim de compreender os dados (Alves, 2001 e Pavão *et al.*, 2001).

E é justamente na fala de uma das especialistas, citada em uma das matérias, que se encontra uma recomendação central. Após dizer que o número de leitores efetivos é maior do que o imaginado e bastante alto, a professora e pesquisadora Regina Zilberman comenta que isso “impede um discurso *vitimista* de escritores e editores” (*apud* Alves, 2001, § 4) e, acrescentaríamos, também de todos os envolvidos com as políticas de leitura no país.

É aqui, pois, que se articula o conservadorismo e a ação ideológica da interpretação equivocada da pesquisa, pois dizer que o “brasileiro não gosta de ler” (tese sem suporte nos dados da investigação) conduz ao imobilismo, sustenta, escondendo, uma situação em que a

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Produção Editorial**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

posse e o acesso ao livro são privilégios. Retrata, ao mesmo tempo, de modo equivocado uma suposta realidade contra o qual há pouco a fazer, além de procurar desenvolver o “gosto”, nos que não o têm. Ou, pior – traço felizmente não afirmado com todas as letras nas matérias analisadas – se esse “gosto” é associado a um “dom”, visto como algo inato, “de berço”, sequer isso.

Ao interpretamos com mais rigor a pesquisa, porém, o que transparece são dificuldades estruturais (condição econômica e educacional de parte da população), que incitam à ação todos os que acreditam na importância do ato de ler. Ação essa que passa por mudanças conjunturais, no campo das políticas de leitura, e estruturais no âmbito da sociedade como um todo. As duas tarefas são paralelas, é errôneo assumir uma sem a outra. Aguardar, sem fazer nada, as grandes mudanças sociais no sentido de maior equidade é postergar, para sabe-se lá quando, uma política da leitura democrática. Por outro lado, esta, por melhor que possa ser, dificilmente dá conta de todo o problema.

É num sentido próximo a este que se encaminhava a reflexão de Abreu (1998, 1999) que bem antes da divulgação da pesquisa *Retrato da leitura no Brasil*⁴, questionava a noção de que os brasileiros lêem pouco. A autora também criticava uma concepção dogmática da leitura, que ignora as modalidades de apropriação diferentes das configuradas pela literatura erudita. E, a partir dessa crítica, ela procura entender a leitura como prática que deve ser inserida no contexto da estrutura social, do que decorre a seguinte proposição:

Ao invés de criar programas para convencer as pessoas a ler determinados livros, para difundir o “prazer” de ler, é fundamental que se garanta a todos o acesso aos bens culturais, o que se faz não apenas alfabetizando a população, garantindo escolas e bibliotecas públicas de qualidade, mas também enfrentando as violentas desigualdades sociais brasileiras. Um desempregado, um faminto, não pode se interessar pela “viagem” proporcionada pelos livros, pelo conhecimento de si e do mundo proporcionado pela alta literatura. Talvez ele se interesse pelo Guia do Trabalhador, livro de auto-ajuda escrito por um metalúrgico desempregado, impresso às suas próprias expensas, que já vendeu 1000 exemplares. (Abreu, 1999, § 8)

É somente ao negar modos de ler como este, sob a pressuposição que a única leitura legítima é a de alta literatura, que se pode retirar da pesquisa das entidades do livro a

³ Disponível em <http://www.uol.com.br/folha/dimenstein/imprescindivel/dia/gd140701.htm>. Acesso em 27/04/2003.

⁴ Em verdade, antes da pesquisa *Retrato da leitura no Brasil*, a Associação de Leitura do Brasil (ABL) propunha a realização de um Censo de Leitura (que seria feito sob a responsabilidade da própria Márcia Abreu), para “banir idéias pré-concebidas sobre competências de leitura e sobre circulação dos livros, jornais e revistas” (Abreu, 1999, § 10). De certa forma, a pesquisa comentada aqui cumpre este papel.



conclusão de que “o brasileiro lê pouco”. Assim, nota-se que a diversidade nas modalidades de impressos consultados, conforme a pesquisa *Retrato da Leitura no Brasil* mostra, reforça o que é expresso por Abreu, no sentido de que o campo das práticas de leitura deve ser alargado. Existem 22 tipos de gêneros textuais lidos ou consultados pelos leitores pesquisados nos últimos 12 meses, entre eles, os “religiosos”, 43%; “didáticos”, 33%; “dicionários”, 29%; “poesias”, 23%; culinária, 22%; quadrinhos, 21%; livros infantis, 21% e, depois destes gêneros, os romances nacionais e internacionais, 19% (CBL *et al.* 2001, 75-77).

Ao mesmo tempo, deve-se notar com atenção o fato de que há uma “imagem de importância e valorização social” na percepção do livro, que embora seja “distante e conflitante com a atitude pessoal frente à leitura” (CBL *et al.*, 2001, 79) sugere a compreensão, em termos particulares e na medida em que as condições sociais permitem, do valor da apropriação do livro por parte da população brasileira.

IV Conclusão

Por questões como as expostas, os dados da pesquisa *Retrato da leitura no Brasil* sugerem um relativo otimismo principalmente para os profissionais que produzem textos em diferentes formatos: *o brasileiro lê sim*. O importante, como sugerem os dados do levantamento, no plano conjuntural e de curto prazo, é adequar os produtos às possibilidades econômicas dos diferentes públicos, divulgar os textos da melhor forma possível e bem distribuí-los, num nível democratizado.

No médio prazo, lutar pela ampliação da rede de bibliotecas e pelo incentivo ao uso das mesmas (o que começa com campanhas de divulgação de seu uso, além da escola, isto é, para a sociedade como um todo) e outras modalidades de acesso aos textos (bibliotecas ambulantes, livrarias populares, campanhas de barateamento do livro etc.), pela utilização conseqüente (isto é, formadora de leitores, indivíduos não só “competentes” no nível técnico da leitura, mas que consumam textos ao longo da vida) do texto na escola, o que exige professores qualificados e remunerados adequadamente, são também tarefas úteis no sentido de ampliar o mercado da leitura – ou, num vocabulário menos econômico, dar maior sentido social a esta prática.



Por fim, num plano mais estrutural, sem dúvida, modificações no perfil da distribuição de renda seriam fundamentais não só para o incremento da leitura, mas também da posse do livro. Quanto a este ponto talvez o grande problema não seja o dissenso – afinal, quem hoje é a favor da desigualdade social nos níveis em que encontra? –, mas um consenso que pouco vai além do discurso retórico.

Por outro lado, para assumir tarefas como essas, no plano da ação efetiva, é necessário ir além da “ideologia da leitura” segundo a qual o brasileiro não gosta de ler ou lê pouco. É preciso compreender, para tentar modificar, uma realidade em que para muitos falta comida e, portanto, o livro é dispensável.



Referências Bibliográficas

- ABREU, Márcia. O livro e suas dificuldades. *Em Dia* (on-line). Campinas: Associação de Leitura do Brasil, 1999. Antigo endereço <http://www.alb.org.br/EmDia/index.htm>.
- _____. Contradições em torno ao ato de ler. *Leitura: Teoria & Prática*, nº 31, junho, Campinas/Porto Alegre: ALB/Mercado Aberto, 1998, pp. 2-4.
- ALVES, Rodrigo. Um país e seus leitores. *Jornal do Brasil* (on-line), 14 de julho, 2001. Disponível em <http://www.jb.com.br/papel/cadernob/2001/07/13/jorcab20010713003.html>*.
- ANGIOLILLO, Francesca. Brasileiro não encontra prazer na leitura. *Folha de S.Paulo*, 14 de julho, 200, 1E8.
- CBL / Bracelpa / Snel / Abrelivros. *Retrato da leitura no Brasil*. Série de 88 slides sobre a pesquisa realizada por A. Francescini Análises de Mercado, 2001. Disponível em http://epoca.globo.com/especiais_online/2001/07/13_pesquisa/index.htm*.
- CORREIO RIOGRANDENSE (on-line). Dificuldade de acesso a livros faz brasileiro ler pouco, Caxias do Sul, 1º de agosto, 2001. Disponível em <http://www6.via-rs.com.br/esteditora/correio/4743.html#pouco>*.
- O DIA (on-line). Falta de estímulo impede crescimento de leitores, Rio de Janeiro, 10 de janeiro de 2002. Disponível em <http://odia.ig.com.br/sites/literatura/matlivror1b.htm>*.
- DIARIO DO NORDESTE (on-line). Mercado editorial, Fortaleza, 22 de julho, 2001. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/2001/07/22/editor.htm>*.
- FERREIRA, Rosângela. Lendo e aprendendo. *Hoje* (on-line), Cascavel, 26 de agosto, 2001. Antigo endereço <http://www.jhoje.com.br/260801/opinioes.htm>.
- JORNAL DO COMMERCIO (on-line). Brasileiro não lê. Recife, 29 de agosto, 2001. Antigo endereço http://www2.uol.com.br?JC?_2001/2908/editoria.htm.
- MEIRA, Tatiana. Brasileiros lêem, sim! *Diário de Pernambuco* (on-line), 5 de agosto, 2001. Disponível em http://www.pernambuco.com/diario/2001/08/05/viver1_0.html*.



PAVÃO, Jadyr et al. Pesquisa nacional revela que 53 milhões de pessoas são leitores, mas o preço ainda faz do livro um artigo de luxo. *Época* (on-line), São Paulo, nº 167, 30 de julho, 2001. Disponível em <http://epoca.globo.com/edic/20010716/cult1a.htm>*.

ROMANCINI, Richard. O estudo de leitores empíricos contemporâneos a partir de uma perspectiva sociocultural: uma tradição emergente. *XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Campo Grande – MS, 2001, Anais, CD. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/xxiv-ci/np04/NP4ROMANCINI.pdf>*.

SEREZA, Haroldo Ceravolo. Brasil tem 26 milhões de leitores, mostra pesquisa. *O Estado de S. Paulo* (on-line), 14 de julho, 2001. Disponível em <http://www.estado.estadao.com.br/editorias/2001/07/14/cad027.html>*.

_____. Mapeando hábito de leitura do brasileiro. *O Estado de S. Paulo* (on-line), 13 de julho, 2001a. Disponível em <http://www.estadao.com.br/divirtase/noticias/2001/jul/13/227.htm>*.

THOMPSON, John. *Ideologia e cultura moderna*. Petrópolis: Vozes, 1995.

ZERO HORA. O país que não lê. Porto Alegre, 22 de julho, 2001. Antigo endereço <http://www.assopacs.org.br/ clipping/200107/010723.htm>.

Nota: * referências eletrônicas reaccessadas em 27/04/2003. As demais se encontravam fora do ar, informamos, porém, o endereço em que tinham sido anteriormente (2001) localizadas.