

QUESTÕES SOBRE A RECEPÇÃO DA LITERATURA NO SÉCULO XXI

QUESTIONS ON THE RECEPTION OF LITERATURE IN THE XXI CENTURY

Maria da Glória Bordini¹

RESUMO: O ensaio versa sobre as mediações exigidas para a recepção da literatura num tempo de exasperação de multimeios eletrônicos como o deste século, em que a tônica é o hiperconsumismo e a espetacularização da vida e do eu. O privilégio do olhar às telas sobre a leitura de textos impressos, o distanciamento entre a crítica literária e o público leitor, a disputa estética entre produções literárias e produções midiáticas, o transbordamento de fronteiras entre arte culta e arte de massa são os aspectos a serem discutidos no texto.

Palavras-chave: Literatura. Recepção. Século XXI. Multimeios eletrônicos.

1 Telas e livros: a leitura como espetáculo

Uma das questões muito discutidas atualmente pela teoria e a crítica literárias é o destino da literatura num mundo em que dominam os meios globalizados de comunicação em massa e as culturas identitárias se segregam em segmentos neonacionalistas, étnicos ou minoritários. A ascensão do universo virtual, com o advento da WEB, sua velocidade de conexão, conteúdos ilimitados, estocagem de textos, acesso livre e ultrapassagem de fronteiras nacionais apresentou aos estudiosos da literatura um novo campo de preocupação: o fim do livro e dos leitores (vide Zilberman, 2000).

Os mais pessimistas lamentam que, a julgar pelos hábitos de recepção da juventude, o livro esteja em declínio em relação às telas de computadores, tablets e smartphones e que a procura de textos se restrinja a criações pessoais em blogs ou fanfictions, a narrativas policiais, de fantasia, de terror ou à chamada chick lit, ficção feminina light. De outra parte, na população adulta, diante da proliferação de textos, impressos ou em aparatos eletrônicos como Kindle, detectam uma transformação do gosto pela literatura em favor de obras de autoajuda, esoterismo, espiritismo, como as de Paulo Coelho, Lair Ribeiro e Zibia Gaparettto ou de ciências apresentadas de modo facilitado, como *Cosmos*, de Carl Sagan, *O universo em uma casca de noz*, de

¹ Doutor em Letras/ Teoria da Literatura, professor aposentado, colaborador convidado do Programa de Pós-Graduação em Letras da UFRGS. Pesquisador do CNPq. E-mail: mgbordini@gmail.com.

Stephen Hawking, *O gene egoísta*, de Richard Dawkins ou *Homo Deus: uma breve história do amanhã*, de Yuval Noah Harari.

Por outro lado, os otimistas percebem na amplitude de gêneros e de suportes a possibilidade real de democratizar a leitura, alcançando povos e camadas sociais antes destituídos do direito ao conhecimento e à fruição das artes, de vez que nos dias que correm mesmo as classes desprivilegiadas possuem ou virão em breve a possuir smartphones e televisores digitais. Acolhem também com bons olhos os hibridismos que têm ocorrido entre os produtos de entretenimento e a literatura de arte. Esta se vale dos gêneros já familiares, a aventura, o amor, a fantasia, o mistério, o horror, encontrados nos *games*, nos quadrinhos e no cinema blockbuster, mas mantém o fundo erudito, conquistando camadas de leitores que antes se evadiam do texto mais exigente. Na literatura infantil, celebram a série Harry Potter, na juvenil, a saga *O senhor dos anéis*, de R.R. Tolkien, nos quadrinhos, *Maus: a história de um sobrevivente*, de Art Spiegelman e a novela *O Apanhador no Campo de Centeio*, de J.D. Salinger, que espelha as angústias adolescentes. Para adultos, salientam romances do italiano Umberto Eco, como *O nome da rosa*, ou *O Pêndulo de Foucault*, do chileno Roberto Bolaño, *Os detetives selvagens*, do cubano Leonardo Padura, a série do detetive Mario Conde, além dos norte-americanos *O último grito*, de Thomas Pynchon, *Zero K*, de Don DeLillo, ou *História da aia*, da canadense Margaret Atwood.

Um forte argumento em prol do texto digital na disputa com o texto impresso reside na possibilidade de navegabilidade e hipertextualidade. Diante dos contemporâneos livros eletrônicos, em que se podem mimetizar os processos da leitura de textos impressos, como folhear as páginas, retomar a leitura interrompida e voltar atrás ou saltar para frente, outros processos facilitam o ato de ler. A forma digital faculta aumentar a letra, utilizando links chama informações sobre palavras, biografias, dados históricos ou científicos, alusões e apropriações. O mais instigante é que permite desconstruir a história e remontá-la, seguir possibilidades da trama não presentes na narrativa, associar sons e imagens, inclusive animações, entre muitas potencialidades ainda não exploradas pela indústria. Afora o fato de que a criação de obras multimídia fica a disposição dos usuários, incentivando a criatividade, o que a poesia eletrônica tem evidenciado com vigor.

As pesquisadoras Hourelou-Lafarge e Segré estipulam que a palavra escrita predomina na sociedade contemporânea embora esta seja regida pela imagem e pelo mundo virtual. Afirmam elas que o livro, apesar de banalizado, é consumido pelos indivíduos cultos e que “quanto mais se

ascende na hierarquia social, mais aumenta o número de livros lidos” (2010, p.105). Mas deve-se acrescentar que é também nesse âmbito que o apreço à leitura digital se faz mais intenso, uma vez que o acesso aos aparatos eletrônicos ainda não é comum nas camadas mais despossuídas e elas não são educadas para valorizar a leitura nem têm possibilidade de se informar em veículos digitais ou físicos sobre obras de interesse.

Sabedora de que as comunidades leitoras não existem em quantidades massivas, mas que as facilidades cada vez maiores de aquisição de aparelhos eletrônicos apontam para um mercado de escala, a indústria editorial, sentindo a ameaça da troca do livro pela tela, tratou logo de alargar seu campo de produção e comercialização. Salvo em países totalitários, onde vige a censura em qualquer forma de indústria cultural, a expansão do livro continua resistindo às telas, através da segmentação da demanda, buscando nichos que abriguem leitores de uma ou outra espécie (literatura feminista/feminina, religiosa/esotérica, literatura negra, literatura indígena, literatura lgbt, literatura de exílio, de testemunho, etc., afora os aficionados por ciências ou filosofia popularizadas, para crianças ou adultos). Por outro lado, estimulou-se a aquisição de livros através de novas possibilidades como as megalivrarias, nas grandes cidades, ou a compra on-line nas menores. Sandra Reimão, numa intervenção na Intercom, lembra que:

Seguindo a tendência do varejo brasileiro, onde se verifica a crescente tendência para centros agregando várias lojas e/ou serviços em um único espaço fechado, o comércio varejista de livros também começou a atuar em megastores – com uma vasta (mas, segundo os críticos, viciada) oferta de títulos de livros ao lado de outros produtos com maior ou menor sinergia com o universo dos livros (CDs, DVDs, computadores, televisores, etc.) ou com lojas dentro de shoppings centers (conglomerado de lojas no mesmo edifício). Existem também livrarias que somam as duas tendências: são megastores dentro de shoppings centers. (2001, p. 3)

As estratégias da indústria e do comércio cultural para não perder terreno nesse campo refletem a defesa de sua atividade produtiva. Dada a falta de informação sobre o livro e a oferta disponível, para que não se acumulem nos estoques e se tornem prejuízo, surgem iniciativas de editores e livreiros para divulgação de seus títulos e suas casas: feiras do livro, campanhas de estímulo à leitura, doação de livros para instituições beneficentes, entrevistas com autores, sessões de autógrafos, a fim de que a demanda não diminua. A luta por visibilidade chega a se converter, com muita frequência, em pactos com o inimigo virtual. Ainda Reimão adverte:

1) é preciso considerarmos que a leitura de livros é um ato que, de alguma forma, sempre sofre uma certa pré-configuração e pré-orientação. Em nossa sociedade midiática, as representações dos livros nos demais meios de comunicação de massa são espaços privilegiados dessa pré-codificação implícita ao ato de leitura; 2) No incentivo à leitura, quer pelo fato de o autor ser uma personalidade midiática quer pela adaptação da trama de uma obra de ficção, em qualquer um dos dois casos, a televisão estaria ajudando a romper o círculo de desinformação que isola o potencial leitor do universo da literatura. (2001, p. 14)

Restam, nos domínios da sociologia da leitura, algumas questões problemáticas: a sociabilidade leitora acontece no diálogo autor-obra-leitor, como já apontava Antonio Candido (cf. 2010). Autores querem expressar-se, comunicar uma visão de mundo a possíveis leitores. Se conseguem ou não, depende da obra consumada, de seu gênero, sua estruturação, estilo, linguagem, temas. Da parte do leitor, ele necessita, como sustenta Reimão e também a Estética da Recepção (vide Jauss, 1979), de um repertório prévio de experiências de vida e de leitura, a fim de partir dele para cada nova proposta e aceitá-la ou não. Alguns buscam o livro para aprender, a maioria para divertir-se, e outros para ampliar horizontes e consciência, ou maravilhar-se com a beleza ou o pensamento. Há, pois, diferentes níveis e escalas de leitura, mas é dela que autor e obra dependem. E é aí que se inserem os processos materiais de produção e comércio, inevitavelmente voltados para o mercado e para a atração de seus consumidores e que formatam a literatura em termos de temas e modelos mais palatáveis para o consumo pelos processos de seleção, edição e de circulação. (Santos e Machado Júnior apresentam um panorama útil da publicidade no século XXI – vide 2016).

Nesse complexo sistema de interações, o papel da imagem, da representação, seja dos desejos conscientes ou inconscientes do consumidor, seja da identidade que ele constrói para si, nas relações sociais, torna-se um jogo que escapa tanto de escritores e de seu público, quanto das obras em si. O marxista Guy Debord, em sua *Sociedade do espetáculo*, já em 1967, desvendava os mecanismos ilusionistas determinados pela ascensão da mercadoria como centro primordial do capitalismo avançado. Se antes o capital desviava o indivíduo de seu ser em favor do ter, “A fase presente da ocupação total da vida social pelos resultados acumulados da economia conduz a um deslizar generalizado do *ter* para o *parecer*, de que todo o ‘ter’ efectivo deve tirar o seu prestígio imediato e sua função última.” (2012, p.13). Para ele, o espetáculo é a mediação das relações sociais entre as subjetividades, que, perdidas de si e do real, no círculo vicioso do trabalho-compras-lazer, mergulham em representações falsas, em que vivem uma vida e um tempo

circulares que lhes parece infinito e cheio – de nada. Acredita que seja uma nova forma de alienação, que invade toda a sociedade, tanto capitalista quanto comunista.

Os tempos, entretanto, mudaram muito desde os anos 1960. O capitalismo se sofisticou, centrando-se na reprodução do dinheiro, ao diferenciar as mercadorias conforme os grupos de consumo, inclusive os identitários, ao acelerar sua obsolescência e ao estimular o hiperconsumo. Para desfazer as acusações de exploração do trabalho e devastação da natureza, surgiram as empresas voltadas para o bem estar de seus trabalhadores, assim como as que advogam a sustentabilidade da produção. Mas o mercado globalizado continua dominando (vejam-se os McDonalds ou os shoppings nos diversos países), as elites econômicas continuam afluentes e concentrando a renda, enquanto a desigualdade dos assalariados é flagrante. Thomas Piketty denuncia não só os processos de manutenção das desigualdades econômicas, mas um retrocesso rumo ao “capitalismo patrimonial” do século XIX, em que, ao lado da riqueza proveniente do trabalho dos outros, há os ricos que herdaram fortunas sem sequer exercerem quaisquer esforços. (cf. 2014)

Nessa sociedade de hiperconsumo, definida por Gilles Lipovetsky (2007, p. 11-20), não importa apenas *parecer*, como afirmava Debord. Hoje o problema é *aparecer*. Numa sociedade reificada ao extremo, em que a consciência está envelopada em coisas, mas se mantém insatisfeita, por obra de falsos desejos estimulados por uma eficaz e estetizada propaganda, que confunde arte com beleza visual, o indivíduo quer se distinguir da massificação e faz tudo para ser visto. Seus recursos são os artigos de luxo (veículos e habitações sofisticados, moda fashion, culinária gourmet) – recaindo, pois no consumo – e a autoexposição, que o leve às telas, ao Facebook, à publicização da vida privada, aos likes das redes sociais, numa espécie de desespero por individuação. Por processos de compensação da desigualdade, as classes média e baixa, igualmente reificadas, aspiram às mesmas benesses, endividando-se e afundando cada vez mais na pobreza ou derivando para o crime e as drogas.

A literatura será, ou não, uma das formas de resistência e crítica a tal status quo, se consegue devolver o leitor ao real, hoje cada vez mais distraído pelas imagens, belas e velozes, pelas falsas representações autotéticas, pelo apelo da visibilidade virtual. Deve-se reconhecer que a linguagem, base do texto escrito, é igualmente uma representação, gerando imagens do que é, mas também do que não é. Entretanto, quando empregada artisticamente, ela não engana, chama a atenção sobre si mesma, para mostrar a quem lê que o texto é texto, é trabalho sobre os

componentes constitutivos da língua, a palavra, suas combinações e mundos imaginários que suscita, seja em formato impresso ou digital. O texto artístico, principalmente com o advento da literatura pós-colonial, aponta para possibilidades que vão além da realidade social, além dos privilégios, dando voz aos que não a detêm. Revela os abusos de poder, o sofrimento humano no trabalho e nas guerras, as diferenças étnicas, a opressão das minorias, a diáspora dos imigrantes, tornando-se, em concerto com as outras artes, um baluarte contra a compulsão do *aparecer* induzido pelo mercado. Sem dúvida, também confere visibilidade aos que não a têm e a desejam, mas é uma visibilidade que fere, que alerta e desacomoda as classes mais abastadas.

2 Crítica e público: perda de significação

Um dos fenômenos observados nos processos de difusão do livro e da literatura é o distanciamento cada vez maior entre os textos que falam sobre textos, na esfera acadêmica, e até na escolar, e o público leitor em geral. Ao contrário da visibilidade que deveriam promover, tendo em vista que a leitura é um dos meios de emancipação dos seres humanos, encerram-se em seus estudos, pesquisas e trabalhos, cujo grau de dificuldade interdita o cidadão comum e se difunde por meio de periódicos principalmente eletrônicos, desconhecidos.

O público, constituído de pessoas oriundas de estratos sociais diversos, com experiências culturais heterogêneas, interesses particulares e também coletivos, conforme suas inserções políticas e grupais, não é reduzível a uma massa uniforme, por mais que o mercado exerça sobre ele suas pressões de consumo. Peritos em publicidade já constataram que o consumidor faz do produto, seja ele cultural ou não, o que mais o apraz. A crítica, porém, encastela-se na academia, exercida por profissionais universitários ou alunos pós-graduandos, que muito raramente têm ou querem acesso aos veículos de massa, como jornais ou televisão.

O enclausuramento dos críticos ao saber universitário gera textos que precisam ser avaliados por seus pares ou comissões superiores, seja para obterem progressão em suas carreiras, seja para contentarem os organismos de subvenção de suas instituições, ou para alcançarem graus ou títulos para seus currículos e participarem de concursos. É natural que, diante dessas condições, a crítica procure apoio em sólida fundamentação teórica e escolha obras que considere dignas ou respeitáveis dentro dos padrões de gosto mais apurado – leia-se, das elites. A consequência é que o público não é por ela atingido e ignora o que merece leitura.

Crítica é uma atividade judicativa, sempre dependeu de padrões de gosto proeminentes nas classes ilustradas, e é um dos aparatos institucionais de constituição do cânone literário. A escola a reproduz, mas não consegue persuadir os educandos de que as obras canônicas sejam um patrimônio cultural e devam ser conhecidas e apreciadas. Os cânones decorrem de normas que desejam legislar sobre a produção dos escritores e a recepção dos leitores e acabam como critérios de julgamento. Tais normas são discriminadoras, erguendo barreiras a textos que expressem segmentos sociais desconsiderados, como a produção das periferias urbanas, que recentemente derrubou preconceitos e tornou-se objeto de estudo (veja-se Oliveira, 2012).

José Luís Jobim pondera que “A pluralidade de nossa cultura permite que não haja apenas um modelo de produção textual possível, cobrado e legitimado universalmente: há vários, inclusive alguns que se pretendem excludentes em relação a outros”. (1996, p. 26). Adverte que o poder das normas estéticas pode gerar efeitos sobre a produção e o consumo de textos, hierarquizando autores e leitores como mais ou menos capazes, e se transformando em “marcas de classe” (p.27). Importa, segundo ele, não “negar a sua existência” e aceitar sua diferença, “que a História nos mostra, permitindo-nos o acesso a visões de mundo que não são as nossas”, com as quais se podem fazer comparações e “iluminar por contraste aspectos importantes de nossa própria perspectiva cultural, que sem a intervenção da consciência histórica talvez permanecessem obscuros” (p.27).

Outro óbice da crítica, além dos cânones restritivos, incide sobre os critérios para o estabelecimento do valor estético em si. Mukarovsky lembrava, nos anos 1930, que o valor estético não é absoluto e varia no tempo e o espaço. (cf. 1978). O que é artístico, o que distingue o texto literário como forma de arte, o que o século XXI entende por arte, ante a variedade e multiplicação de experimentalismos, conceituais e técnicos, igualmente ideológicos e políticos, torna as avaliações críticas uma tomada de posição, que mais desvela o crítico do que a obra criticada em virtude do estreitamento da abordagem. Acresce o fato de que a produção visual e sonora, impressa ou em movimento, dos veículos de massa e das agências de publicidade e propaganda, também emprega técnicas e conceitos que se confundem com os dos textos artísticos, mas com fins interessados no consumo. Para o público em geral, às vezes são campos indistinguíveis, de modo que, para fugir à comparação, as artes se tornam agressivas e incômodas, perdendo seu potencial de democratização e provocando rejeição nos espectadores.

Se a arte se distancia do público, se a crítica acadêmica fica fechada nos periódicos e livros universitários, e além disso sofre da acomodação às normas que vicia a vida burocrática, como estância de poder nas instituições em geral, o público fica refém dos veículos de massa e das redes sociais, em que se resenham as obras que prestigiam os autores por algum interesse das empresas, e se abrem lugares para artistas ou escritores não canônicos conforme a moda imperante no mundo intelectual com relação aos excluídos. Assim também certos autores terão oportunidades de aparecer nas redes televisivas ou nas revistas semanais, quando já alcançaram altos índices de vendagem. O capital não costuma investir no que já não se mostrou lucrativo.

Com o apagamento que os valores iluministas têm sofrido nos últimos anos, assim como os valores espirituais que as grandes confissões religiosas disseminavam (quando não falseados pela hipocrisia e vontade de poder), a própria noção do que vale e do que não vale está em processo de desaparecimento, e não é por falta de parâmetros nas inúmeras culturas mundiais. Estes concedem valor a sua história, a suas tradições populares, ao registro das vicissitudes cotidianas, resultando no culto da diversidade, do reconhecimento e respeito ao outro, no combate às várias discriminações possível. O problema é que atualmente ocorre um fechamento desses valores culturais ao âmbito das comunidades, que os defendem, mas não interagem ou permitem a fusão com outros. Revivem as rivalidades e a territorialidade que tanto vigorou no século XIX, com os nacionalismos e o colonialismo, outro sintoma que, na área cultural, se avizinha do diagnóstico de Piketty quanto à economia contemporânea.

Segue-se que, estreitando-se a recepção do campo das artes para o da literatura, com toda a potência de emancipação que esta pode suscitar nos leitores, os modos como o público hodierno se relaciona com os textos artísticos são mais induzidos pela mídia, pelas listas de mais vendidos, pela visibilidade dos escritores nas redes eletrônicas, do que por aquilo que a academia, as resenhas e a escola recomendam. O declínio da leitura de obras canônicas, do conhecimento de obras primas da literatura ocidental ou oriental, o desaparecimento das prateleiras de livros consagrados por juízos de valor fundamentados, o próprio desprestígio que as literaturas subalternas recebem, tem sua contrapartida na escolha induzida de textos que emulam os clássicos com vestimentas modernizadas, como as sagas, trilógias e volumosos romances já citados. A chamada literatura de entretenimento apropriou-se de temas e técnicas da literatura culta, revestiu-as de facilidade narrativa, e conquista mais e mais leitores não especializados. Não é surpresa que, nessa conjuntura, a poesia tenha perdido seus leitores, pelo menos aquela

sustentada pela crítica e valorizada pelo trabalho sobre a linguagem, enquanto multiplicam-se nas redes da internet poemas de autoria dos próprios usuários.

A questão é se o declínio da literatura culta deve ser lamentado numa sociedade mundialmente desigual, que se fragmenta em lutas que o século XX parecia haver pacificado e que recrudescem no século XXI de forma cruenta, com atentados, terrorismo, guerras tribais, ameaças atômicas, chacinas gratuitas, que inundam as telas de televisões e computadores. As populações se encolhem, desprotegidas, migram em massa, o desemprego e o subemprego crescem, e as opiniões nos mídia têm o desprante de se admirar com a inaniade do povo diante de abusos de poder cada vez mais escancarados, como se pudesse reagir às forças que, no fundo, são movidas pelo capital internacional globalizado.

Ler literatura, em meio ao caos do cotidiano, não parece viável, salvo enquanto processo compensatório. Na Idade Média, os servos camponeses, destituídos de quaisquer direitos, contavam histórias entre si em que, através de recursos mágicos, obstáculos eram superados. Funcionavam como bálsamos para ferimentos sociais. Hoje tais narrativas são consumidas pelas crianças nos contos de fada, e são apreciadas também por darem vazão a frustrações decorrentes da menoridade infantil, reforçando seus processos de formação identitária e a solução lúdica de seus conflitos (vide Bettelheim, 1980). Uma literatura compensatória é o que está no horizonte da sociedade hipermoderna. Se atua como estratégia de alienação, como Debord autorizaria a pensar, e Theodor Adorno não hesitou em acusar (vide 1985) na sua diatribe contra a indústria cultural, o que é inegável é que os bens culturais são mercadorias, atenuam as asperezas do cotidiano, mas pode-se discutir se são apassivadores. A Estética da Recepção postula que o importante é a criação em liberdade e a leitura em liberdade. Se a sociedade leitora prefere textos literários em que possa evadir-se, sonhar e resolver conflitos aparentemente insuperáveis no plano do real, talvez um novo panorama literário esteja se abrindo que ainda não revelou o que poderá ser. Afinal, a imaginação é mais forte do que as imposições do mercado.

ABSTRACT: The essay deals with the mediations required for the reception of literature in a time of exasperation of electronic multimedia such as the one of this century, in which the keynote is the hiperconsumism and the spectacularization of life and the self. Issues discussed are the privilege given to looking at screens instead reading printed texts, distance between literary criticism and general reading public, aesthetic dispute between literary productions and media ones, overflowing of borders between cultured art and mass entertainment.

Keywords: Literature. Reception. XXI Century. Electronic multimedia.

Referências

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BETTELHEIM, Bruno. *A psicanálise dos contos de fadas*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

CANDIDO. *Literatura e sociedade*. São Paulo: Ouro sobre Azul, 2010.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Lisboa: Antígona, 2012.

HORELLOU-LAFARGE, Chantal; SEGRÉ, Monique. *Sociologia da leitura*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2010.

JAUSS, Hans Robert. A Estética da Recepção: colocações gerais. In: COSTA LIMA, Luiz (Ed.). *A literatura e o leitor*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

MUKAROVKI, Jan. A denominação poética e a função estética da língua. In: TOLEDO, Dionísio (Org.). *Círculo Linguístico de Praga: estruturalismo e semiologia*. Porto Alegre: Globo, 1978.

OLIVEIRA, Rejane Pivetta. Literatura, pão e poesia: condição periférica e atuação político-cultural. *Brasil/Brazil*, Providence, R.I.: Brown University; Porto Alegre: Associação Cultural Acervo Literário de Erico Verissimo, v.45, n.25, p.31-50, 2012. ISSN 0103-751X.

PIKETTY, Thomas. *O capital no século XXI*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

REIMÃO, Sandra. Os bestsellers de ficção no Brasil (1990/2000) XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação, Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Campo Grande,MS, set. 2001.

SANTOS, Alexandre Tadeu dos; MACHADO Júnior, Eliseu Vieira (Eds.). *Século XXI: a Publicidade sem fronteiras?* Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

ZILBERMAN, Regina. *Fim do livro, fim dos leitores?* São Paulo: SENAC, 2000.