



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB
CENTRO DE EDUCAÇÃO – CEDUC
DEPARTAMENTO DE LETRAS E ARTES – DLA
CURSO DE LETRAS

**ESCRITORES NA PENUMBRA: DIFICULDADES DE DIVULGAÇÃO DE
SUA OBRA, NUM MUNDO TECNOLÓGICO**

Por ANA RAQUEL MACÊDO LUCENA

CAMPINA GRANDE – PB, 2014

ANA RAQUEL MACÊDO LUCENA

**ESCRITORES NA PENUMBRA: DIFICULDADES DE DIVULGAÇÃO DE
SUA OBRA, NUM MUNDO TECNOLÓGICO**

Artigo apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso, requisito para a conclusão do curso de licenciatura em Letras na Universidade Estadual da Paraíba, na área de Língua Portuguesa, sob a orientação do Prof. Dr. Edson Tavares Costa.

Campina Grande-PB, 2014

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

L935e Lucena, Ana Raquel Macêdo
Escritores na penumbra [manuscrito] : dificuldades de divulgação de sua obra, num mundo tecnológico / Ana Raquel Macêdo Lucena . - 2014.
24 p.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras) -
Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2014.
"Orientação: Prof. Dr. Edson Tavares Costa, Departamento de
Letras e Artes".

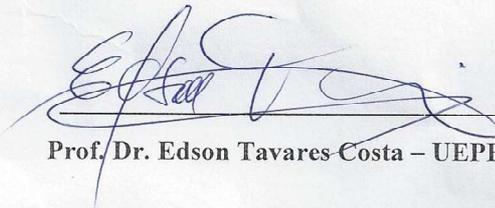
1. Cânone Literário 2. Escritores Nordestinos 3. Literatura Brasileira 4. Divulgação de Obras Literárias 5. Mídia I. Título.
21. ed. CDD 808

ANA RAQUEL MACEDO LUCENA

ESCRITORES NA PENUMBRA: DIFICULDADES DE DIVULGAÇÃO DE
SUA OBRA, NUM MUNDO TECNOLÓGICO

Aprovada em: 09 de dez. de 2014.

BANCA EXAMINADORA

 Nota 9,5
Prof. Dr. Edson Tavares-Costa – UEPB (Orientador)

Ana Lúcia Maria de Souza Neves Nota 9,5
Prof.^a Dr.^a Ana Lúcia Maria de Souza Neves – UEPB (Avaliadora)

Adalberto Teixeira Rodrigues Nota 9,5
Prof. Ms. Adalberto Teixeira Rodrigues – UEPB (Avaliador)

Média 9,5

**Aos meus pais, pelo espelho de dedicação e força
e pela base de confiança e amor.**

DEDICO...

AGRADECIMENTOS

“Sê forte e corajoso, não temas, nem te espantes, porque o Senhor teu Deus é contigo por onde quer que andares” [Josué 1:9]

Nesses últimos quatro anos, pude contemplar a fidelidade desta palavra em minha vida. Poucas não foram as noites que minhas mãos desfaleceram, mas Deus me revigorava liberando sua força e coragem. Quantas vezes pensei que não alcançaria este sonho, que não conquistaria, que a barreira era intransponível, mas Deus me tomava pela mão direita e dizia: não temas! Muitos foram os dias de solidão, numa terra longínqua, mas o Senhor me guardava e acompanhava por todos os lugares.

E nessa jornada Deus providenciou outras mãos para me apoiar, outros corações para sorrir e chorar comigo:

- ✓ Meus pais (Sandra e Naldo), vocês vislumbraram o mesmo horizonte comigo, o vosso amor foi além das palavras, se materializou em atitudes. Obrigada pela vida e pelo exemplo diário.
- ✓ Minha irmã Ana Lídia, pelo exemplo de esforço e determinação, seus passos segui.
- ✓ Ao meu Orientador Edson Tavares, que foi exemplo de ética, conduta e dedicação, partilhou comigo conhecimentos, ideias e experiências. Obrigada pela paciência e atenção, dedicou muito do seu valioso tempo para me orientar em cada passo deste trabalho.
- ✓ Aos meus amigos de classe (Ivanilson, Edivanda, Monalisa, Melry Rute, Jessica Samantha, Jessica Dwancênia, Alcina e Nariany), a quem aprendi a amar e construir laços eternos. Obrigada pela paciência, pelo sorriso, pela mão que sempre me estendia quando precisava. Esta caminhada não seria a mesma sem vocês.
- ✓ Meus amigos e familiares, de perto e de longe, mas sempre presentes de algum modo.

A todos que acreditaram em mim, muito obrigada.

“Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível”.

Charles Chaplin

RESUMO

O cânone representa um rótulo valorativo que diferencia a obra literária que se quer evidenciar. É uma espécie de conceito, que se formula no contexto literário e define se uma obra será imprescindível à cultura universal, ou não. Dessa forma, é possível entender que a escolha de uma obra, para que se configure como canônica, prejudica a circulação e o conhecimento de novos autores, sobretudo quando se tomam, como observação, os escritores regionais, estes renegados pela grande mídia. Os escritores nordestinos ocupam pouco espaço midiático, são apartados dos grandes centros, e relegados à obscuridade gerada pela grande mídia. Esta se encontra sempre pronta para servir a interesses de grupos capitalistas bem consolidados, os quais determinam grande parte das formas de entretenimento e comportamento dos sujeitos sociais, sedentos por cultura pré-fabricada. O presente trabalho pretende discutir as dificuldades de divulgação enfrentadas por escritores nordestinos que figuram à margem do cânone literário brasileiro, identificando os principais obstáculos enfrentados por esses autores, na consolidação de sua obra, como também verificar a ajuda (ou não) da mídia, na divulgação dessas obras não canônicas. A escolha pelo estudo dos escritores nordestinos pouco reconhecidos deu-se pelo fato de haver muita coisa a ser lida e estudada, de boa qualidade, que se mantém escondida, e é preciso criar mecanismos que possam dar espaço a esses autores, para que suas obras cheguem ao mercado livreiro. Como embasamento teórico deste trabalho foram utilizados os seguintes autores: Chartier (1998), Costa (2013), Darnton (2010), entre outros.

Palavras-Chave: Cânone. Escritores. Divulgação. Livro.

ESCRITORES NA PENUMBRA: DIFICULDADES DE DIVULGAÇÃO DE SUA OBRA, NUM MUNDO TECNOLÓGICO

LUCENA, Ana Raquel Macedo
UEPB

Introdução

Neste artigo, discutiremos a dificuldade de divulgação enfrentada por escritores que figuram à margem do cânone literário brasileiro, no que diz respeito a apresentarem seus textos à sociedade leitora. Para isso, é necessário analisar toda a cadeia de comercialização, pois é através

dela que conseguimos apontar suas qualidades e carências. Como afirmam EARP e KORNIS, (2005) não existe outra cadeia industrial capaz de produzir e comercializar tantos produtos novos, e que seja um reflexo do mundo real, como a de livros, além de representar uma parcela significativa da atividade cultural.

Um aspecto que impede que novas obras cheguem às mãos dos leitores é a excessiva visibilidade midiática em torno de escritores já consagrados e a escassez de livrarias. São realidades que descortinam um problema de grandes proporções, pois a cadeia de comercialização termina por ser uma via *crucis* para jovens escritores.

Outro grande desafio é a possibilidade de diminuição da venda do livro *físico*, pelo fato de que a maioria do material impresso pode vir a ser reduzido a *bytes*. Outra dificuldade é a heterogeneidade de ofertas de lazer que as pessoas encontram no mundo virtual, como por exemplo, uma variedade de redes sociais, os chats, os jogos, que, ao tomar o tempo das pessoas, pode vir a diminuir o tempo para a leitura.

Por outro lado, o Brasil é um país de poucos leitores. Essa realidade pode ser constatada através da literatura resultante do debate profícuo sobre as deficiências do ensino brasileiro. É um problema que converge para a dificuldade que novos escritores têm em se lançarem no mercado editorial.

Esses são alguns dos aspectos que dificultam o acesso do escritor ao público, já que, com toda essa facilidade e variedade, as pessoas encontram na *Internet*, espaços menos rígidos, menos engessados, são informações em demasia, tornando assim o contato direto do escritor com o público cada vez mais difícil.

Sobre o livro

A história do livro vem perpassando alguns estágios para chegar à posição que encontramos hoje. Segundo Darnton (2010, p. 39-40), a informação e a conseqüente história do livro tiveram, basicamente, quatro estágios evolutivos, que culminam na sua disseminação tecnológica dos dias atuais:

- a) A aprendizagem da escrita pelos humanos por volta de 4000 a.C., sendo considerado o avanço tecnológico mais importante da humanidade.
- b) A substituição do pergaminho pelo códice – assim denominado o formato dos livros com páginas que são viradas, diferentemente dos rolos de papiro, que precisavam ser desenrolados para a leitura. Isto se deu por volta do século III.
- c) A invenção da imprensa, em 1450, pelo alemão Johann Gutenberg, a qual permitiu o acesso mais amplo ao livro, por uma quantidade maior de leitores, aliado ao aumento nos processos e meios educacionais de alfabetização e acesso à palavra impressa.
- d) A quarta e grande mudança, a comunicação eletrônica, cujo marco mais expressivo é a internet, criada em 1974.

Todo esse processo evolutivo não terminou com a admissão da tecnologia; pelo contrário, ampliou-se a acessibilidade a novas informações, que agora podem ser acessadas a qualquer hora, com diferentes tipos de equipamentos e com uma velocidade jamais vista. Além disso, essa nova era digital permite ao leitor, num mesmo espaço de texto, conectar-se a vários outros textos, por meio de *sites*, *links*, *hiperlink*.

Para entender a importância do uso da rede nesse processo de comercialização editorial e os benefícios trazidos aos novos escritores, se faz necessária uma consideração histórica sobre a compra e venda de livros.

A publicação e comercialização de obras literárias passaram por grandes mudanças, ao longo do tempo, desde o surgimento dos estabelecimentos destinados especificamente a esse comércio – as livrarias. Alguns anos depois, havia uma venda direta, as pessoas podiam comprar seus títulos sem sair de casa, havia uma comodidade que resvalava no direcionamento a um único gênero. É um aspecto curioso porque os sujeitos leitores não tinham muita opção, a não ser escolher os títulos que lhes eram apresentados, o que privilegiava os escritores já consagrados, e, mais uma vez, se tornava uma barreira para os autores principiantes.

Devido a esse círculo vicioso, no qual só se oferecem e só se vendem os livros dos autores consagrados e conhecidos, vão surgindo, por exemplo, a lista dos 10 melhores livros ou os 10 livros mais vendidos, ou seja, obras que estão na *onda* do mercado. Desse modo, nestes tempos

de universo virtual, folhear as páginas de um livro para se decidir pela compra está deixando de ser hábito, o que acaba levando muitos dos novos leitores à busca fácil dos *best-sellers*, inseridos na lista dos mais vendidos, considerados como literatura de massa. Portanto, se um livro recebe este rótulo, o processo de venda tende a crescer mais e mais, independente de sua qualidade literária, técnica, ou pedagógica. Se é considerado um *best-seller*, o mercado consumidor o toma como de boa qualidade, acreditando que, se um livro vende muito, provavelmente deve ser bom.

Pouco tempo depois, as vendas passaram a ser feitas pelo telefone ou por catálogos de pedidos, o que piorava o acesso aos novos títulos, pois, basicamente, apenas compunham esses catálogos autores e obras que já eram do conhecimento do público. Esse tipo de comércio convencional perdurou por um tempo considerável, contribuindo para reforçar o cânone e dificultar o conhecimento de novos escritores. Muitos (bons) autores não puderam divulgar suas obras, fator que se constituiu em um aspecto negativo para a literatura brasileira, pois se deixou de perceber a variedade de textos e a vasta produção nacional.

Ultimamente, a *internet* conecta pessoas e ideias em uma velocidade nunca vista, é um espaço de constante interação, em que os usuários podem estabelecer conexão com uma gama cada vez mais diversificada de produtos e serviços. Este aspecto pode ser usado também para comércio, uma vez que o uso da rede só tende a crescer e o acesso fica, dia após dia, mais facilitado. É uma boa oportunidade para que autores exponham suas obras e assim possam arrebanhar leitores, sem precisar passar pelo crivo cruel dos editores.

Nessa nova realidade de interação, o mercado editorial passou por uma reformulação e hoje é possível visitar grandes livrarias sem sair de casa. Há grande facilidade, tanto na aquisição quanto na publicação de novos títulos, o autor pode estar em contato direto com o leitor sem precisar de intermediários, fator que, por si só, é uma grande vantagem, para que a nova produção possa atingir patamares cada vez mais elevados de importância literária, pois quem melhor do que o leitor para opinar sobre o que está lendo?

Cânone e seletividade

O contexto literário traz em si uma aura que traveste os textos de uma magnitude por vezes exacerbada, uma verdade ditada como absoluta, que elege seus representantes colocando-os no topo de qualquer estratificação hierárquica. É o cânone, a maneira de sacralizar uma obra, evidenciando seu valor como emparelhamento do divino, inspirado na importância celestial e equiparando as produções textuais ao poder messiânico das divindades celestiais, sobre o que não se admite qualquer tipo de questionamento.

Segundo Costa (2013, p 190-191),

Kanôn vem do grego e se referia a uma vara usada como instrumento de medida, uma espécie de régua sendo posteriormente utilizado para designar regra e, mais especificamente no séc II regra de fé, ou seja, verdade revelada por Deus, os preceitos básicos da fé cristã.

Esse aspecto contribui para o entendimento de que o cânone representa um rótulo valorativo, que diferencia a obra literária que se quer evidenciar. É uma espécie de conceito que se formula no contexto literário e define se uma obra será imprescindível à cultura universal, ou não. Tomam-se, para isso, valores, por vezes excludentes, os quais podem servir para uma espécie de *injustiça literária*, na medida em que apontam, sob critérios escusos, para a eleição de textos que muito pouco despertariam a atenção dos leitores¹.

Há que se perceber de que forma essa eleição se dá; para que uma obra seja tomada como canônica, a quem deverá satisfazer? Que critérios de seleção devem seguir? São questionamentos que, se feitos com base na lógica literária das vanguardas e preferências populares, poderiam abarcar um número maior de textos e escritores.

Sobre esse aspecto, Costa (*op. cit.*, p. 193) diz que

Esta seleção pretende obedecer, prioritariamente, a elementos intrínsecos da obra literária, que lhe dariam (à obra) consistência bastante para figurar nesse pedestal, embora a subjetividade do elaborador do cânone (como, de resto, de qualquer lista) interfira na sua composição, ao ponto de termos inúmeros cânones literários.

Dessa forma, é possível entender que a escolha de uma obra, para que se configure como canônica, prejudica a circulação e o conhecimento de novos autores, sobretudo quando se tomam, como observação, os escritores regionais, estes renegados pela grande mídia. É uma questão que

¹ Não queremos, com isso, afirmar que todas as obras consideradas canônicas têm essas características depreciativas, já que muitas delas guardam efetivo valor literário.

merece um olhar mais atento, porque há novas formas de apreensão e conhecimento, perpassados pelas novas tecnologias, mas é interessante observar que a formulação do cânone está acima dessas possibilidades, pois há séculos que consolida suas referências e ainda dita as classificações estéticas, dispondo de poder absoluto para projetar (ou não) uma obra na sua seleta lista de indispensáveis à leitura e ao conhecimento.

Escritores consagrados e poucas livrarias

O cânone literário é considerado como produto cultural de alto valor de mercado. Os chamados *clássicos*, mesmo em edições baratas, movimentam fortunas impressionantes e desempenham papel deveras importante na manutenção da *indústria do livro*. O comércio massificado de livros e suas questões mercadológicas (produção, distribuição, preço, lucro) constituem fatores fundamentais para que se possam compreender determinadas situações.

Um escritor consegue se consagrar, chamar a atenção do público, quando se coloca na mídia, e para chegar até aí, na maioria das vezes tem o *apadrinhamento* de alguém que já detém certo conhecimento e influência, é quase impossível se destacar no meio literário se não houver um *protecionismo*.

A divulgação de livros em programas de televisão e rádio, hoje, é um trabalho árduo de profissionais como os assessores de imprensa, editores, departamentos de divulgação de editoras e divulgadores diversos. Estes profissionais usam muito do próprio prestígio pessoal, profissional, conhecimento e amizade com pessoas certas, que fazem as pautas dos programas, que influenciam na confecção dessas pautas.

Há programas, os mais famosos, que chegam a receber vários livros e pedidos de entrevistas com autores por semana, sendo impossível mostrar tudo durante o tempo da apresentação. Dependendo da temática do livro, da fama do autor, da campanha de marketing e, principalmente do momento, e das oportunidades que este momento cria, as livrarias terão todo o interesse em divulgar e colocar o livro em lugar de destaque em suas vitrines. Mas, se, de imediato, o livro não tiver uma saída razoável, será sumariamente retirado e substituído por outro, que esteja em evidência.

Ao autor, resta a questão “sorte”, de, por exemplo, *cair* um livro seu na mão de uma pessoa famosa, influente na mídia, que goste da obra e a divulgue, ou, ainda, goste do tema abordado. Mas também temos autores, excelentes homens de marketing que *se vendem muito bem* sem precisar participar de exposições. Temos, igualmente, *os furões* que fazem de tudo para aparecer na mídia, ficam se oferecendo, aparecem em festas a que não foram convidados, fazem de tudo para se mostrar e ter um pouco de atenção, muitos deles não tendo talento e qualidades literárias relevantes, para brilhar por si.

Os meios de comunicação com que tais escritores lidam oferecem uma oportunidade considerável para a divulgação de obras, a disseminação de informações através de jornais, televisão, rádios, cinema e também pela *Internet*, chegando a uma grande quantidade de receptores ao mesmo tempo; como as pessoas dedicam boa parte do seu tempo a esses meios de comunicação, a facilidade para divulgação de obras por esses veículos já citados torna-se cada vez mais satisfatória.

A farta divulgação de autores já consagrados coloca-os em presença constante nas principais vitrines das livrarias, com obras reconhecidas e de grande destaque, as mais procuradas pelo grande público. Devido a essa grande procura, os lucros só tendem a aumentar e os escritores já reconhecidos firmam cada vez mais o seu espaço nas principais vitrines, num verdadeiro círculo vicioso.

Os escritores circunscritos a determinada região geográfica, ou sem algo que os projete nacionalmente, ocupam pouco espaço midiático, são apartados dos grandes centros e relegados à obscuridade cruel, que a grande mídia ocasiona. Esta se encontra sempre pronta para servir a interesses de grupos capitalistas bem consolidados, os quais determinam grande parte das formas de entretenimento e comportamento dos sujeitos sociais sedentos por cultura pré-fabricada, e que dê lucro instantâneo.

Por outro lado, um aspecto a ser considerado é a carência de livrarias. A venda do *livro físico* está cada vez mais escassa, pois encontramos um número cada vez mais reduzido de livrarias: a compra de obras está, na maioria das vezes, sendo feita por um endereço imaterial – com apenas um *clique* já podemos ter acesso ao livro desejado.

E o fato é que os custos para sustentar uma loja física com estoque, funcionários, espaço físico, manutenção de prédio, aluguel, água, luz, estão cada vez mais altos. Na maioria das vezes, a loja é montada e os lucros não suprem as necessidades para continuar mantendo-a, a venda de livros é pouquíssima, o interesse do público-leitor é mínimo e as dificuldades para manter esse espaço físico começam a ser inevitáveis e intransponíveis.

Por outro lado, há uma gama de facilidades para um vendedor manter um *site*: os custos são pouquíssimos ou nem existem, há um alcance maior em termos de divulgação, funcionamento constante, 24 horas por dia, fácil e rápido acesso para os clientes – mesmo enquanto o proprietário dorme ou estiver num lazer, pode estar vendendo –, maior conteúdo disponível para o cliente analisar. E quanto aos custos, os gastos são periódicos, tais como: hospedagem, que se paga mensalmente para o provedor guardar e manter *online* os arquivos do *site*, o domínio, que se paga anualmente, e manutenção do *site*, que pode ser pago a um profissional, mas também pode ser feito pelo próprio livreiro, dependendo do objetivo e das facilidades do espaço virtual.

Um país de poucos leitores

A leitura contribui de forma intensa na formação do indivíduo. Ela de modo geral amplia e diversifica nossas visões e interpretações sobre o mundo e a vida como um todo; como afirma Freire (1989, p. 9), “linguagem e realidade se prendem dinamicamente”. A prática da leitura é fundamental, pois com ela conseguimos defender nossas interpretações e tentamos compreender o outro e o mundo. “A leitura do mundo precede sempre a leitura da palavra e a leitura desta implica a continuidade da leitura daquele” (Idem, *ibidem*).

Por que o brasileiro lê tão pouco? Geralmente para que uma criança descubra o prazer pela leitura, a primeira influência que ela deve receber é a familiar. Se os pais têm o hábito de ler constantemente, a criança tende a seguir o mesmo costume. Porém, o fato é que muitos pais não têm tempo para, ou hábito da leitura, muitos trabalham de maneira intensa, e, quando chegam em casa, querem apenas descansar, há os que preferem fazer outras coisas a sentar para ler um livro; temos também o fato de muitos pais não saberem ler, devido à falta de oportunidade ou até mesmo o próprio desinteresse pelo ambiente escolar – assim, a criança já possui dois desafios

tremendos: pais que não gostam de ler, ou seja, o exemplo dentro de casa não existe, e o fato de a criança praticar apenas aquelas leituras obrigatórias da escola, e a consequência desse cenário é o adolescente continuar enxergando a leitura como algo chato e sem graça.

Outro aspecto é a posição que a leitura ocupa na vida das pessoas, na maioria das vezes os brasileiros costumam usar o tempo livre para assistir à televisão, acessar as redes sociais, escutar música e tratam a leitura como algo enfadonho e sem importância. Segundo pesquisa divulgada pela UFCG², 45% dos brasileiros dizem que não gostam de ler, e quando indagados sobre o que preferem fazer nas horas vagas, a maioria da população opta pela televisão (77%); ainda de acordo com essa mesma pesquisa, a leitura foi a quinta opção citada pelos entrevistados, atrás de hábitos como ouvir música e rádio e descansar.

Quanto a esses números, fica claro o papel da leitura na vida dos cidadãos da sociedade brasileira, vista (a leitura) com certo desinteresse, como algo enfadonho e chato. E quando dizem que “não gostam de ler”, estes associam a leitura a uma obrigação e não a um prazer. Para essas pessoas, o prazer está associado à televisão, que é vista como forma de divertimento e momento de descanso. O hábito da leitura está cada vez menos observável, e constatamos a responsabilidade por essa triste realidade, muitas vezes, nos pais e nas instituições de ensino, que não incentivam seus filhos e alunos à leitura, deixando-os cada vez mais despreparados para uma convivência profícua com as palavras. Isso não significa, entretanto, que este fato seja uma defesa para a massa desprovida do saber, muito pelo contrário, até porque existe também a questão da vontade própria, isto é, os jovens criam gosto para a realização do hábito da leitura sem precisar de incentivos de outrem.

Várias são as dificuldades apontadas pelos leitores para ler tão pouco. O custo do livro, na maioria dos casos, é altíssimo, e as pessoas, por o considerarem caro, não compram, já que muitas delas ganham pouco e têm outras prioridades. Porém, muitas das pessoas que questionam o preço do livro e dizem que não podem comprar, são as que reservam certa quantia do seu salário para outras necessidades não tão importantes – como afirmamos, questão de prioridades.

Há também a falta de ambientes (livrarias, bibliotecas), e a escassez dessas livrarias muitas vezes se dá pela margem de lucro aparentemente baixa; não vendem tanto, devido ao fato

² Disponível em http://www.ufcg.edu.br/prt_ufcg/assessoria_imprensa/mostra_noticia.php?codigo=7104, acesso em 30/11/2014.

de que a *Internet*, como já frisamos, modificou muito a relação com os livros, muitas pessoas se acostumaram a ler pelo computador, pelo tablet, celular, já que o número de títulos é diversificado, e há também a falta de livros nas livrarias, ou seja, as obras que as pessoas procuram, muitas vezes, não são encontradas nesse ambiente, e por isso a demanda tende a ficar cada vez menor.

E quanto às bibliotecas, que oferecem um acesso gratuito aos livros, algumas delas encontram-se fechadas, pois não há um profissional especializado para a função; em outras, não se encontra o livro desejado; em outros casos, a biblioteca é vista como um depósito, de que se retiram livros e depois são devolvidos (ou não), um lugar *pesado*, necessariamente silencioso, e estas acabam não sendo vistas como um ambiente prazeroso, propício ao prazer da leitura.

Há também a falta de tempo, já que as pessoas trabalham demais e aproveitam o tempo livre para fazer outras atividades. A invasão da tecnologia na sua vida, apresentando vários atrativos e novidades a todo o momento, acabou diminuindo o tempo que serviria para a leitura.

Tudo isso afeta diretamente a visibilidade do autor, uma vez que a população lê pouco, o espaço para autores desconhecidos acaba se tornando cada vez mais escasso. Se há tão poucos leitores para as obras dos escritores canônicos, imagine-se dos escritores na penumbra!

A *Internet*: aliada ou inimiga?

A rede mundial de computadores apresenta-se também como uma grande possibilidade de interação com o leitor, numa troca de ideias que pode levar ao sucesso imediato do autor, uma vez que a *Internet* tem se configurado como uma mídia superior ao rádio e à televisão, dado o seu poder de possibilitar *feed-backs* instantâneos. Nela, todos podem se tornar atração e expectadores em questão de segundos, fator que, se bem utilizado, favorece a disseminação dos conteúdos.

Mesmo assim, ainda há alguns entraves para que novos autores possam atingir o cânone, pois, por ser um ambiente de livre acesso, há uma confluência de milhares de produções, o que diminui as chances de visibilidade, de modo que, além da boa qualidade da obra, o escritor precisa desenvolver uma estratégia de *marketing* virtual.

A mudança de formato também acompanhou as transformações tecnológicas, e hoje se percebe uma grande especulação em torno da extinção ou não do livro. Esse debate ganha reforço com o discurso ambiental, uma vez que quanto menos uso de papel, mais áreas verdes são preservadas. É um aspecto interessante, no contexto da comercialização e divulgação literária, porque, com o uso cada vez mais frequente de aparelhos como celulares, *notebooks* e *tablets*, o acesso se torna mais frequente e cômodo, visto que um único aparelho contém várias funções, e, contendo um livro digital, proporciona economia de espaço e volume, o que é cada vez mais essencial, na vida moderna.

De fato, existe uma grande tendência em não folhear mais o livro, o material tende a ser divulgado e comercializado totalmente em *bytes*, adequando-se às novas necessidades da vida moderna. Essa realidade descortina a certeza de que, hoje, os escritores iniciantes têm muito mais chance de sair da penumbra e colocar sua obra no rol dos textos lidos; para isso, precisam estar muito mais atentos às formas de como iniciar essa interação com os leitores.

Por outro lado, vão surgindo algumas dificuldades no que diz respeito à obtenção de patrocínio e também à visibilização de obras pouco reconhecidas pelo grande público, já que, com a competição entre as lojas eletrônicas, não haverá vantagem, por exemplo, colocar entre os melhores livros, ou os mais vendidos, obras que não são do interesse do público e que não dão lucros.

Assim sendo, a grande dificuldade que se apresenta aos novos autores hoje não é mais a divulgação e comercialização dos títulos, mas o conteúdo que escrevem, pois diante de uma infinidade de títulos publicados e veiculados, e da facilidade de acesso, os leitores tendem a se dispersar e buscar cada vez mais novidades, o que termina por originar uma literatura instantânea, cujos textos são, em sua maioria, curtos, impactantes e moldados para um público específico, sem muita preocupação com os elementos literários tradicionais. É uma questão que tem a ver com a qualidade das obras.

Devido a essa aparente facilidade de alcance e interação, a *Internet* tem servido para uma imensidão de autores publicarem inúmeros textos, o que diminui, proporcionalmente, a chance de cada um ser visto e se tornar famoso ou canônico:

Preservar o patrimônio escrito frente à perda ou à corrupção suscita também uma outra inquietude: a do excesso. A proliferação textual pode se tornar obstáculo ao conhecimento. Para dominá-la, são necessários instrumentos capazes de triar, classificar, hierarquizar. Mas, irônico paradoxo, essas ferramentas são elas próprias novos livros que se juntam a todos os outros. (Chartier, 1998, p.99)

Assim sendo, é oportuno destacar que o uso da rede de computadores é uma ferramenta indispensável na divulgação e comercialização da obra de escritores desconhecidos, e que, através das transformações tecnológicas, o comércio de livros adentrou o âmbito virtual, e, junto com ele, trouxe uma nova forma de ler, comprar e publicar obras. Porém, é um caminho que precisa ser trilhado com cuidado, pois ainda é necessário esclarecer o que realmente deve ser considerado como literatura. É inegável que o uso da *Internet* ajuda a furar o cerco das grandes editoras, as quais priorizam a publicação de escritores já consagrados; em contrapartida, a facilidade de acesso forma uma cultura digital com poucos parâmetros, fato que ocasiona o surgimento de uma produção voltada somente para a indústria cultural imediatamente lucrativa.

É preciso que os autores desconhecidos consigam penetrar nesse espaço virtual, mas sem deixar se levar pela construção de uma obra duvidosa, visando unicamente o reconhecimento instantâneo. Faz-se necessário o desenvolvimento de uma cultura que priorize essa literatura principiante e dê condições para que as obras tornem-se conhecidas não só pelo meio em que são veiculadas, mas principalmente pela importância literária que possibilitam, o que as sedimentará.

A função da escola

A verdade é que a *Internet* é um bom espaço de divulgação, mas, por ser constituído basicamente de instantaneidades e modismos, termina por levar os leitores-internautas a se interessarem por obras consideradas *best-sellers*, as quais figuram em papel de destaque tanto nas livrarias virtuais quanto nos espaços de divulgação das redes sociais, consolidando um mercado virtual que gira basicamente em torno de uma indústria cultural pensada exclusivamente em um contexto de lucros rápidos, como rápido também é o conceito de novidade.

Este, sem dúvida, é o desafio contemporâneo dos novos escritores: transformar seu texto em uma obra de grande visibilidade comercial, mas sem perder a qualidade literária, pois o

produto editorial que está em evidência na rede, muitas vezes, carece de elementos que o classifiquem como realmente bom.

É uma questão pertinente porque traz à tona a necessidade de se repensar a maneira como a literatura brasileira tem ocupado os espaços da indústria cultural, se voltados para a formação e manutenção de um público leitor exigente, ou se disposta a girar em torno de um comércio massificado e direcionado para a imposição de uma cultura plastificada e, portanto, de gosto duvidoso.

Uma boa alternativa para resolver essa questão continua sendo o trabalho pedagógico que priorize a descoberta e o prazer de ler. É preciso que os docentes estimulem em seus alunos o hábito da pesquisa, procurando descobrir escritores desconhecidos e estabelecer suas próprias preferências. Dessa forma, os sujeitos passam a caminhar na contramão dos modismos midiáticos, muitos dos quais pouco têm a contribuir para a formação cultural efetiva.

Em uma época de inovações comunicacionais, a leitura deve ocupar o centro do debate educacional, os sujeitos que leem convivem melhor com as diferenças sociais e são capazes de estabelecer uma relação direta entre aquilo que está nos textos e sua vida social. Assim sendo, o êxito na criação, divulgação e comercialização de novas obras acompanha esse contexto, pois quanto mais letrado, mais o indivíduo consegue ampliar seu leque de preferências. É preciso que os escritores que se aventuram pelo caminho independente tenham essa consciência e principalmente a disponibilidade de adentrar os espaços educacionais, divulgando sua obra e interagindo com professores e leitores.

Quando esses escritores ganham espaço no ambiente escolar, através de palestras, feiras, exposições e/ou lançamentos de livros, acabam proporcionando aos educandos um incentivo maior à prática da leitura, como também aproveitam essa oportunidade para a divulgação de suas obras. Muito da venda de um livro será conseguido pelo autor em palestras, pois ele, indiretamente, divulga o livro, instiga o público à compra de seu produto, que está à venda na saída da palestra, e o livro chama outras palestras, e assim, se vai ampliando o ciclo.

A presença do autor no processo de venda de seu livro é de extrema importância, especialmente em uma época em que tudo é imagem, em que tudo é fotografado e compartilhado em tempo real. Logo, é impossível divulgar e vender um livro sem divulgar e vender seu autor, e,

para tanto é preciso contar com a boa vontade e a disponibilidade do próprio autor. E não se trata de um trabalho qualquer, o escritor precisa estar preparado para conceder uma palestra decente, pois esta será o ponto decisivo para a venda (ou não) de sua obra naquele ambiente.

Alternativas de divulgação

Há muito tempo que o distanciamento entre leitor e escritor começou a ser encurtado; como já citado, o uso da *Internet* possibilitou esse encontro, o que serviu, dentre outros aspectos, para abonar a *aura* de celebridade que circundava os escritores. Eventos como as Feiras Literárias que se espalham pelo país e as Bienais do Livro exercem um papel importante nesse contexto, porque possibilitam o encontro e o debate entre as duas margens do processo literário: quem lê e quem escreve. É uma alternativa importante, porque são ambientes em que é possível ter contato com os mais variados gêneros e produções, sem um grau específico de hierarquização, e, assim sendo, são lugares onde os escritores desconhecidos podem adentrar e procurar certa exposição.

A confecção da obra, dentro do contexto comercial, não é uma tarefa tão complexa como se apresentava há alguns anos; antes o escritor precisava de um aporte que ia desde a aceitação dos seus escritos pela editora, passando pela divulgação e culminando com a crítica de algum especialista (ou não) sobre sua obra. Atualmente, esse quadro não detém a mesma rigidez e se consolida como uma prática arcaica, prova disso é a falência em massa das pequenas editoras e/ou sua fusão a grandes conglomerados editoriais. Os escritores hoje podem cuidar sozinhos de todo o processo de distribuição e divulgação. Através do uso da rede mundial de computadores, várias são as possibilidades de que uma criação atinja escalas planetárias e isso é um aspecto positivo, se for bem aproveitado pelos autores iniciantes. É um aspecto que destrona a hierarquia do cânone e contribui para que as obras cheguem cada vez mais rapidamente aos leitores, através dessa teia de informações, que se constitui num *marketing* independente.

Considerações finais

O livro é uma grande invenção da humanidade, e ultrapassou várias fases, desde sua criação até a inserção da tecnologia neste universo, sofrendo mudanças de acordo com exigências culturais, sociais, e econômicas da sociedade. A convivência entre o tradicional (livro físico) e o futurístico (digital) deve ocorrer, de forma harmoniosa, ainda por muito tempo, pois ambos são veículos de expressão da cultura, e representam meios complementares e diferentes na aquisição do conhecimento e da informação.

A *Internet* é um meio praticamente gratuito e imediato para a divulgação de muitas obras. Inúmeras editoras já comercializam livros em formato digital, vários *e-books*, *e-readers* e loja de venda *on-line* de jornal e revista estão inseridos no mercado literário. Devido a essa considerável facilidade, muitos dos novos escritores não obtêm sucesso na divulgação de suas obras, já que a grande procura, na maioria das vezes, é apenas de livros reconhecidos, ou seja, buscam exclusivamente o que todo mundo lê e compra.

Para mudar essa cultura preguiçosa e acomodada de as pessoas só lerem e comprarem o que todo mundo lê e compra, sustentando cada vez mais os conhecidos e excluindo os desconhecidos, é necessário que as pessoas busquem outros livros na *Internet*, que adquiram obras pouco vendidas, com pouco espaço para divulgação, e que indiquem a leitura de escritores desconhecidos. Todo movimento precisa se dar nessa direção, pois só assim podemos fazer com que as pessoas atentem ao que existe de variado, na nossa produção literária. Para isso, entretanto, faz-se necessário um verdadeiro movimento paralelo, alternativo, em que a criatividade e a ousadia sejam os elementos primordiais.

O mercado livreiro está cada vez mais atento para o sortimento adequado, exposição e temas de maior interesse do público. A venda de livros pela *Internet* vem crescendo, pois esse meio contém algumas características que facilitam o processo de compra e venda, quais sejam: são oferecidos grande quantidade de títulos, o que seria inviável para as lojas físicas estocarem; apresentam a oportunidade de serem *experimentados*, através da leitura de alguns trechos – verdadeiras folheadas virtuais.

Entretanto, há inúmeras barreiras que impedem muitas pessoas de comprar pela *Internet*. Uma delas é a condição financeira para a aquisição de um aparelho digital, que não lhes permite o acesso ao computador e à rede, valendo ressaltar também a pouca familiaridade com a máquina, já que muitas pessoas têm dificuldades em lidar com dispositivos eletrônicos – muito embora essa questão esteja sendo minimizada a cada dia, com a popularização, a facilidade e a massificação de aparelhos eletrônicos de leitura. Mas há, ainda, muita coisa a ser lida, de boa qualidade, que se mantém escondida. Como afirma Roberta Splinder,

A maior dificuldade para um escritor iniciante está na divulgação do seu trabalho. Como ainda não tem um espaço na mídia para fazer isso, terá que, muitas vezes sozinho, ultrapassar fronteiras, abrir novos caminhos, para tornar seu livro conhecido.³

Desse modo, é preciso ir contra a correnteza, que trabalha para negar o espaço aos escritores desconhecidos, que estão por aí, se aventurando a publicar em editoras pequenas ou por conta própria; é necessário criar uma cultura mais atenta esses autores, já que suas obras são marcadas e já surgem por uma espécie de tensão, que se evidencia, especialmente, pela precisão de se contrapor a alguns expoentes já fixados na tradição literária, e marcar uma força na sua própria construção.

³ Disponível em <http://nossocdl.blogspot.com/2012/07/ser-escritor-os-desafios-de-ser.html>, acesso em 11/05/2014.

ABSTRACT

The canon is an evaluative label that differentiates the literary work that you want to highlight. It's kind of concept, which is formulated in the literary context and defines whether a work is essential to universal culture, or not. Thus, it is possible to understand that the choice of a work, that will constitute canonical, affect the circulation and knowledge of new authors, especially when taking as observation, the writers of the region, these renegades by the mainstream media. The Northeastern writers take up little media space, are separated from the major centers, and relegated to obscurity generated by the mainstream media. This is always ready to serve the interests of well-established capitalist groups, which determine most forms of entertainment and behavior of social subjects, hungry for prefabricated culture. This paper discusses the disclosure of difficulties faced by Northeastern writers appearing outside the Brazilian literary canon, identifying the main obstacles faced by these authors, in the consolidation of his work, as well as check the help (or not) of the media in disclosure of non-canonical works. The choice for the study of the little recognized Northeastern writers gave up because there is much to be read and studied, good quality, which remains hidden, and you need to create mechanisms to make room for these authors, lest his deeds come to the book market. The theoretical basis of this work the following authors were used: Chartier (1998), Costa (2013), Darnton (2010), among others.

Keywords: Canon. Writers. Dissemination. Book.

Referências

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. Trad. de Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo / Editora UNESP, 1998.

COSTA, Edson Tavares. **A construção e a permanência do nome do autor: o caso José Condé**. Tese de Doutorado (PPGL/CCHLA), João Pessoa-PB: 2013, 294 p.

DARNTON, R. **A questão dos livros: passado, presente e futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

EARP, Fábio Sá; KORNIS, George. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: BNDS, 2005.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler: em três artigos que se completam**. São Paulo: Autores Associados: Cortez, 1989.