Reflexões sobre livrarias e leitura pública

Onde está o meu livreiro?

Reflexões sobre livrarias e leitura pública

Fátima Ribeiro de Medeiros

Edição electrónica

URL: <https://journals.openedition.org/cultura/5479>

DOI: 10.4000/cultura.5479

ISSN: 2183-2021

Editora

CHAM — Centro de Humanidades

Edição impressa

Data de publicação: 31 dezembro 2019

ISSN: 0870-4546

Refêrencia eletrónica

Fátima Ribeiro de Medeiros, «Onde está o meu livreiro?», *Cultura* [Online], vol. 38 | 2019, posto online no dia 02 julho 2021, consultado o 25 julho 2021. URL: <http://journals.openedition.org/cultura/5479> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/cultura.5479>

Este documento foi criado de forma automática no dia 25 julho 2021.

Cultura is licensed under a Creative Commons Atribuição 4.0 International.

Reflexões sobre livrarias e leitura pública

Onde está o meu livreiro?

Reflexões sobre livrarias e leitura pública

Fátima Ribeiro de Medeiros

NOTA DO AUTOR

O título deriva da expressão retirada de um debate realizado há alguns anos em Lisboa sobre as questões da leitura em livraria.

‘Ensinar a ler’ é uma ação iniciática. O verdadeiro
‘leitor’,
a pessoa que lê como ato de fruição dionisíaca da
cultura,
é sempre e necessariamente um iniciado.

Manuel Medeiros¹

Entre o livro e a leitura estou eu, o livreiro.
O escritor publica a escrita, o editor publica o
livro,
o livreiro ‘publica’ a leitura.

Resendes Ventura²

- ¹ É impossível pensar LIVRARIA sem pensar LIVRO e sem pensar LEITURA. Apesar de, para grande número de pessoas, esta relação não parecer nem evidente, nem determinante para o enquadramento da livraria no contexto cultural e social da leitura, vozes há que vêm já reconhecendo a importância do trabalho livreiro na leitura pública. Segundo Nuno Medeiros, os livreiros são “elementos ativos de participação e intervenção na oferta de leituras possíveis ao leitor”³ (Medeiros 2006a, 343). A livraria, enquanto ator social ligado ao livro, desempenha um “papel ativo e dinâmico” (Medeiros 2006a, 344), não apenas como “motor da edição” (Martins 2005, 229-243), mas igualmente e em larga medida no âmbito da difusão e promoção de leitura. Diversos agentes culturais, como bibliotecários, professores, editores, ilustradores, designers de

edição, críticos literários, além de trabalhadores em coletividades, associações, espaços de ATL, lares e academias seniores, entre outros, trabalham com o propósito de promover a leitura. Qual é, então, o lugar da livraria em função de práticas e dinâmicas sociais perante esses diferentes agentes? Quais os princípios e as ações de mediação que podem ser concretizadas pela livraria? Como se situa a livraria na sua relação com esses agentes? Haverá espaço para tensões e confrontações ou para convergências e itinerários de entendimento?

- 2 Segundo “A leitura pública em Portugal”, manifesto publicado na década de 1980, que permitiu consolidar ideias e conceitos sobre leitura comunitária e respetiva promoção, deve entender-se por leitura pública “o estabelecimento de uma relação entre a criação e o público, com uma dupla finalidade: cultural – possibilitar o acesso de todas as camadas da população às fontes de conhecimento nas suas diversas formas –, e social – contribuir para a afirmação do indivíduo na comunidade –, conferindo-lhe a possibilidade de exercer plenamente o ato de escolher”⁴ (AAVV 1983, 11-14). Segundo esse manifesto, o desenvolvimento e implementação de atividades leiturais devia cobrir amplamente o universo do conhecimento e atingir toda a população, sem qualquer tipo de discriminação, já que era “condição indispensável para a participação democrática de cada indivíduo no desenvolvimento da sociedade” (AAVV 1983, 12). Em 1986, o despacho 23/86, de 11 de março, dava origem ao Programa de Leitura Pública. Há que reconhecer que existe um antes e um depois desse Programa, que pode assumir-se como marco decisivo da leitura pública em Portugal, apesar do papel da livraria nessa aproximação não ter sido considerado nem reconhecido⁵. Tal ostracismo a que foi votada levou o livreiro e poeta Resendes Ventura/Manuel Medeiros a escrever: “Se logo de início o esforço [pela promoção da leitura pública] tivesse assentado simultaneamente nas bibliotecas públicas, nas bibliotecas escolares e nas livrarias, quero crer que o salto, sem serem precisos muitos mais meios, teria sido muito maior” (Ventura 2009, 51). Esta lacuna no reconhecimento social da livraria e do livreiro enquanto espaço e agente de configuração da leitura (Leblanc 1998) tende a desqualificá-los e mesmo a suprimi-los enquanto instâncias essenciais de mediação.
- 3 Mediador e mediação são, pois, termos que já entraram no nosso socioleto, tanto como conceito quanto como prática. A mediação de leitura resulta da ação de alguém sobre a leitura do outro. É uma forma de relação social que tem em conta a noção de alteridade (Poissenot 2006, 92). Implementá-la é assumir uma ação cultural, é construir várias formas de comunicar a mensagem de um livro, é partilhar leituras, desenvolvendo processos dinâmicos, podendo para tal formar comunidades de leitura, assumidas como espaços de agregação, aparecendo a livraria como um dos mais pertinentes. Recorrendo a Stanley Fish (1980), pode dizer-se que a leitura partilhada com agentes em espaços de mediação permite a construção de perspetivas alargadas de significados, levando à formação de comunidades de interpretação e ultrapassando, assim, a apropriação pessoal. Estas comunidades resultam de afinidades entre os leitores, entre estes e o mediador, e entre eles e um autor, ou um tema, um género, um estilo. O leitor é, assim, parte de uma rede de descodificação de contextos e sentidos, dentro de um esquema de práticas inscritas no quotidiano do promotor e dos leitores. Autores, livreiros, editores, distribuidores, tradutores, prefaciadores, educadores, bibliotecários, leitores, júris de prémios, podem ser agentes construtores de redes de mediação. A tertúlia, o café, a livraria, a biblioteca, a escola, a família, a revista, o jornal, ou a página web são instâncias sociais com carácter mediador. “Como atores ou lugares sociais, os agentes

de mediação produzem e ecoam valores específicos, refletindo interesses e representando uma realidade” (Medeiros 2006b, 373). Uma comunidade de leitores fomenta a partilha, podendo agir sobre a leitura individual, permitindo-se alargar os seus significados e até os níveis de interpretação, num âmbito de influência agregadora. Implica a adesão a gostos e respetivo consumo, que podem pressupor o sentimento de pertença a determinada comunidade de leitores, ou a várias, e até ao afastamento de outras. Ajudando a refletir sobre o mundo e os seres humanos, as comunidades de interpretação partilhada podem, segundo Janice Radway (1984a; 1984b, 49-74), construir-se em torno de qualquer tipo de literaturas e em diferentes espaços que não os habitualmente sugeridos para tal.

- 4 Aos frequentadores de livrarias, aqueles que se aproximam das suas estantes e bancas, quer sejam ou não compradores de livros, como chamá-los senão leitores? Eles são diretamente interpelados pela ação do livreiro, essa rara profissão que, pela sua ação, rasga os seus horizontes leituais, embarcando sem reservas na “viagem pelo desenvolvimento da leitura” (Ventura 2009, 19). O livreiro mediador sabe que aos livros não é possível pedir tudo, mas eles têm sempre mais para nos dar⁶. É, ele próprio, um leitor competente e não o “empacotador” (Ventura 2009, 237) de livros retirados de bancas e estantes, não se recusando, contudo, a fazê-lo sempre que tal é necessário. É alguém que escolheu trabalhar em livraria, um profissional muito empenhado em promover o livro e a leitura, que nunca esquece a sua função de agente cultural. Está sempre pronto a criar estratégias de sedução de leitores. É, além do guardião da livraria dita independente⁷, o depositário e pregoeiro de um património que é de todos sem exceções. Enquanto agente mediador, trabalha no meio socioeconómico onde a sua livraria está implantada e face às características do contexto local. Os livros que promove contemplam escolhas e critérios que se prendem em larga medida com as suas crenças, os seus valores, a sua identidade e a sua posição no paradigma cultural, assumindo, em determinadas ocasiões, atitudes mediadoras de natureza claramente prescritiva que dificilmente poderão ser tomadas por outros agentes⁸. É um elo importantíssimo, direi mesmo decisivo, para os níveis de leitura de uma região, de um país. Sobre a importância da atividade mediadora, Sylvie Vassallo reconhece que, através da multiplicidade de ações de mediação, transparece a crescente importância da literatura no seu âmbito cultural; daí que o papel do mediador nunca seja neutro (Vassallo 2006, 7). Confirmada a sua capacidade de persistência e reinvenção, o livreiro empenha-se na construção de uma comunidade de leitores, colocando-se, enquanto mediador, ao lado de outros promotores de leitura pública, podendo construir com eles pontes e intercâmbios. Há, entretanto, que dizer que vários desses sectores têm continuado a manifestar alguma relutância em admitir para o livreiro o estatuto de leitor e mediador de leitura, já que apenas o encaram como vendedor.
- 5 A dupla finalidade da leitura, social⁹ e cultural¹⁰, incluindo esta a dimensão lúdica e recreativa, está sempre presente no pensamento e na ação do livreiro mediador, sendo uma das finalidades da livraria o saber despertar o interesse, a curiosidade e o desejo de ler no leitor, assegurando a universalidade e democratização do processo de acesso ao conhecimento e à informação. Assumindo o seu papel no circuito de promoção do livro, o livreiro constrói um itinerário de procedimentos e práticas, tendo em vista a sua viabilidade organizacional¹¹, enquanto agente promotor de leitura, consciente de que esse trabalho deve também ser encarado como âncora para a sobrevivência da livraria.

- 6 Uma livraria precisa de ser pensada como centro de convívio cultural, como oficina de leitura pronta a promover a leitura pública, através de uma oferta tão vasta quanto o seu espaço físico o possibilite. Fala-se aqui da livraria generalista, que deve ser, como aponta Nuno Medeiros, “detentora de uma capacidade de oferta segura e ampla em diversas áreas” (Medeiros 2006a, 359). Deseja-se que boa parte desse espaço seja destinada ao acolhimento e divulgação de editoras fora do mainstream, as que criam certas “subculturas do gosto” (Gans 1974; Medeiros 2006a, 349), levando-nos a afirmar que é nas livrarias independentes que se vive a verdadeira bibliodiversidade. Luísa Dacosta observa a este respeito que a livraria é o espaço “onde se encontram as marginalidades que verdadeiramente importam. Livrarias, o que são?” Interroga-se para logo se responder: “Espaços de liberdade, lugares de encontro” (Dacosta 2008, 27-28). Com outras pessoas, mas sobretudo com o livro, com a leitura. Há ainda que cultivar uma atenção especial em relação à literatura de receção infantil e juvenil, que deve assumir na livraria uma dimensão quer física, quer simbólica de grande relevância, já que é desde a infância que o indivíduo constrói o gosto pelo livro e pela leitura, tornando-se leitor. Uma criança que vive a paixão de ler tem boas hipóteses de vir a ser um adulto que não passará sem ler, com todas as implicações que esse facto terá no seu percurso de vida e no meio social em que irá mover-se. Daí que promover a leitura junto das crianças e dos jovens, facilitando o seu desenvolvimento e a sua socialização, ajudando à construção do conhecimento de si e do mundo, deva ser um dos principais desígnios do livreiro.
- 7 A leitura como atitude cultural, catalisadora de múltiplas aprendizagens, apoiada no chamado prazer de ler, aprofunda o papel simbólico do livro enquanto depositário de aspetos comunicacionais, informativos e culturais. Não é, pois, um fim, é um meio. É uma atividade a desenvolver todos os dias, autonomamente ou em colaboração. Insiste-se: a livraria é um espaço ideal para a sua realização. Se a leitura pública desafia a capacidade de intervenção do livreiro, conta, por outro lado, com o poder de criação do leitor, com o seu modo pessoal de ler, de construir leitura e, portanto, de construir pensamento. O leitor é um “consumidor dinâmico” e um “recriador” (Medeiros 2006a, 349) de leituras. Podendo ter maiores ou menores hábitos de leitura, precisa, amiúde, de ser seduzido e encaminhado pelo livreiro. Há ainda a considerar aqueles que compram uma ou duas vezes no ano, para cumprir rituais ou obrigações¹². Seduzi-los para a leitura (ou para a compra de livros para fruição própria) é simultaneamente um desafio fascinante e uma urgência. Um trabalho persistente ao longo do tempo dará frutos muito interessantes. Há que ter também em vista o leitor competente, que pode ser o especialista, o académico, o erudito. Para ele há que construir formas diversas de abordagem.
- 8 Uma comunidade de leitura em livraria depara-se com vários níveis de literacia, com diversos tipos de leitores, com diferentes interesses leituais, assumindo-se como espaço interpretativo que permite ao leitor construir o seu próprio sentido do que é lido, esperando do livreiro uma larga amplitude mediadora. Quanto ao leitor ávido de descobrir novas leituras, é preciso que tenha livre acesso a estantes, prateleiras, bancas, balcões, pilhas de livros, catálogos, não só para poder escolher e comprar, mas sobretudo para pesquisar e ler, para iniciar um diálogo com os livros. Um leitor amante de livros tem de os ter junto de si, no seu espaço íntimo, por isso os compra. Não conheço nenhum grande leitor que não compre livros. Para poder adormecer e acordar

com livros, para os folhear e ler a qualquer momento. Isto independentemente de poder ser também um grande visitante de bibliotecas.

- 9 A livraria deve permitir-se ser o repositório de milhares de livros, que saltam dos depósitos das editoras, alguns com vários anos de publicação, os chamados fundos, e onde as novidades editoriais podem ter lugar de destaque, mas nunca de domínio. Precisa ainda de assumir-se como sala de leitura que efetivamente é. Apesar das alterações provocadas pelas novas formas de acesso à leitura, as livrarias continuam a ser um trunfo para os espaços urbanos onde ainda existem. Até porque nas grandes cadeias livreiras, nas superlivrarias, encontram-se muitos livros, mas não “este ou aquele livro” (Ventura 2009, 248). A eterna crise das livrarias, financeira e/ou de frequência, tem concentrado em si a atenção dos analistas, afastando-os das questões do livro e da leitura em espaço livreiro. Ao focarem-se num aspeto, ignoram o outro, provavelmente aquele que devia afinal colocar-lhes questões fundamentais. Isto, apesar de muitos estarem convictos de que a livraria tem sido entendida como o parente pobre e esquecido, quando não inteiramente ignorado, do mundo da leitura pública.
- 10 Há quem considere que a chamada literatura popular (ou de “massas”)¹³ veio alterar as expectativas dos leitores, modificando o seu sentido de experiência leitora em contraponto com a experiência assente em textos ditos literários¹⁴. Estas mudanças de apreciação entre o texto dito mais linear e o texto dito literário ou científico levam a que a leitura como atividade social apresente várias dimensões (Collins 2010, 62), devido à variedade de propostas, transformadas em múltiplas experiências de leitura, pelo que se nos colocam várias questões: essas diferentes práticas leitorais tornam o ato de leitura menos válido? Literatura dita popular e literatura dita literária ou científica são conceitos que se opõem, em termos de leitura pública? É comum ouvirmos dizer que as formas de leitura que conhecemos como tradicionais estão a esgotar-se. Os livros digitais, os audiolivros, os sítios na internet e outras tecnologias em diversos suportes eletrónicos estão entre nós e tomam já conta de uma fatia expressiva da leitura pública. Esse facto sugere outras interrogações, algumas já não tão novas: será que esses meios vão acabar com a leitura a partir do suporte papel? Ou esta irá acomodar-se a uma posição de nicho? Ou os vários suportes leitorais vão permitir-se coexistir?
- 11 A livraria é um espaço promotor de leitura e de cultura que precisa de se reinventar, de ser mais aberto, mais convidativo, cada vez com maior capacidade de receber leitores, mesmo quando eles não pretendam comprar nada, apenas desejam passar algum tempo a cultivar o prazer de descobrir livros, surpreendendo-se com a leitura de algumas das suas páginas. Precisa de aprender a despertar o desejo do regresso. Enquanto desenvolve atividades de mediação para o seu público leitor, necessita, em simultâneo, de promover ações de sedução de novos públicos. As suas atividades devem ser de permanente reforço e convite, procurando despertar cada novo visitante para a leitura de prazer e de informação numa atitude construtora de um qualquer tipo de continuidade.
- 12 Apesar dos níveis de leitura estarem longe de ser o que todos pretendemos, a experiência diz-nos que atualmente se lê mais do que no início da década de 1970. A questão é que se lê através de diferentes suportes, sendo o livro impresso procurado por diferentes tipos de leitores, com opções de leitura variadas, em alguns casos pontualmente, continuando, no entanto, a ser um suporte com relevância, tanto ao nível da leitura de informação como da leitura lúdica e de prazer. Estas mudanças de paradigma têm sido relevantes tanto para a leitura como para o livro impresso, que

precisou de esperar por outros meios de comunicação para se permitir ser escolhido, para se libertar de alguns atavismos. O aumento dos níveis de leitura¹⁵ é o fator que poderá permitir a continuidade e necessidade da existência do livreiro como agente mediador de leitura, mesmo perante e após todas as mudanças que têm acontecido e irão acontecer. Daí que junte a minha a outras vozes para afirmar que só a partir das questões da leitura se podem situar os problemas do livro e que apenas o entendimento de uns e dos outros poderá determinar uma dada concepção da livraria e a sua posição relativa no complexo universo da cultura e da civilização, ao lado de outros agentes. Formar públicos leitores em livraria passa por ler e dar a ler, recorrendo a diversas estratégias para o concretizar. Passa pelo desejo de conhecer e possuir determinado título. A criação de uma comunidade de leitores em espaço livreiro pressupõe a existência de vários aspetos em comum por parte dos sujeitos, do desejo de ler, pré-existente ou em construção, até à descoberta de novos interesses e, portanto, novas leituras, sendo essencial o trabalho de mediação do livreiro.

- 13 A circulação intrinsecamente comercial do livro precisa muito pouco da livraria dita independente para se manter. É assegurada por meios eletrónicos e postais, pelo hipermercado, pela superlivraria, ou através de diversos pontos de venda mais limitados, acomodando-se a espaços partilhados, por exemplo com selos ou gasolina. A livraria independente só faz sentido se se assumir como espaço de promoção e mediação de leitura. Quando esse papel se esvazia a livraria falha, malogrando-se todos os seus objetivos. O livreiro, enquanto leitor competente e empenhado mediador de leitura, sabe que precisa de assumir por inteiro o seu compromisso com a leitura. Sente que esse deve ser o seu desígnio. Gota de água em rio de muitos afluentes, o seu trabalho é, assim, parte integrante do esforço coletivo em prol da leitura pública.
- 14 Cada livreiro tem a sua abordagem pessoal, a sua forma de aproximar o livro do leitor, recorrendo à sua formação cultural, aos seus valores, aos seus interesses, aos seus objetivos, ao que pretende transmitir, ao que deseja atingir, definindo através desses fatores a sua intervenção social. Ao selecionar os livros que compra ou os que vai expor, está já a fazer trabalho de promoção, está a estabelecer uma linha de mediação. Ao valorizar determinado título para lhe dar um destaque especial na banca de novidades, encomendando, por exemplo, vinte exemplares, sendo que do título seguinte escolhe apenas dois, não deixando, contudo, de os expor lado a lado, está a utilizar o espaço físico da sua livraria em função das propostas de promoção de leitura que pretende fazer.
- 15 Livrarias: o seu trabalho dialoga diretamente com o trabalho de outros mediadores de leitura pública. Não se podem atingir altos níveis de leitura enquanto todas as instituições implicadas no processo de levar a ler não trabalharem em conjunto, “navegando no mesmo barco para o país da leitura”, como dizia o livreiro Manuel Medeiros. As relações entre livrarias independentes, que parecem ter finalmente compreendido que têm de contar umas com as outras¹⁶, e entre elas e as cadeias livresas ou as superlivrarias, ultrapassam a simples dicotomia entre o mero comércio livreiro e a promoção do livro e da leitura. Há que descortinar o que a sociedade pede a umas e a outras. Só depois de bem definidos os papéis dos vários agentes de difusão, promoção e venda do livro se poderá perspetivar algum futuro de sobrevivência para todos.
- 16 Deixe-se cair preconceitos e aceite-se de uma vez por todas que a extensa e intensa presença do livro em diferentes espaços promove a leitura. Afinal, é esse ou não o nosso

objetivo principal, o de aumentar a leitura e o número de leitores? Pode não ser a leitura que cada um de nós, individualmente, desejaria promover, em espaços que não escolheríamos, mas é leitura. Daí que, simultaneamente, precisemos de a tornar – de nos tornarmos – cada vez mais competente(s) e exigente(s). Continuo a defender que, de entre os espaços possíveis de venda do livro e de leitura partilhada, a livraria independente é aquele que pode fazê-lo com maior profundidade, com maior empenho, seguindo um programa previamente delineado, onde o livreiro culturalmente empenhado tem um papel decisivo. Sem ele, a livraria promotora de leitura dificilmente conseguirá sobreviver.

BIBLIOGRAFIA

- AAVV. 1983. “A leitura pública em Portugal”. *Cadernos BAD* 1: 11-14.
- COLLINS, Jim. 2010. *Bring on the Books for Everybody: How literary culture became popular culture*. Durham/London: Duke University Press.
- DACOSTA, Luísa. 2008. *Um Olhar Naufragado – Diário II*. Porto: Asa.
- FISH, Stanley. 1980. *Is There a Text in This Class? The authority of interpretive communities*. Cambridge: Harvard University Press.
- GANS, Herbert J. 1974. *Popular Culture and High Culture*. New York: Basic Books.
- LEBLANC, Frédérique. 1998. *Libraire: un métier*. Paris: L’Harmattan.
- MARTINS, Jorge Manuel. 2005. *Profissões do Livro: Editores e gráficos, críticos e livreiros*. Lisboa: Verbo.
- MEDEIROS, Nuno. 2006a. “Editores e livreiros: que papéis de mediação para o livro?”. In *Estudos de Sociologia da Leitura em Portugal no Século XX*, dir. Diogo Ramada Curto, 343-385. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- MEDEIROS, Nuno. 2006b. “‘Nem Cila nem Caríbdis’: Tópicos de reflexão social sobre a leitura”. *Revista da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas* 18: 368-381.
- NEVES, José Soares. 2015. “Práticas de leitura em Portugal”. In *O Livro, o Leitor e a Leitura Digital*, coord. Gustavo Cardoso, 113-149. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- POISSENOT, Claude. 2006. “Médiation, lecture et ordre social”. In *Médiations, médiateurs, médias – Comment penser la médiation en littérature jeunesse? Actes du colloque du Salon du Livre et de la Presse Jeunesse en Seine-Saint-Denis, 27 et 28 Avril 2006*, 85-98. Montreuil: Centre de Promotion du Livre de Jeunesse en Seine-Saint-Denis.
- RADWAY, Janice. 1984a. *Reading the Romance: Women, patriarchy and popular literature*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- RADWAY, Janice. 1984b. “Interpretive communities and variable literacies: The functions of romance reading”. *Daedalus. Journal of the American Academy of Arts and Sciences* 113: 49-73.

VASSALLO, Sylvie. 2006. "La médiation en question". In *Médiations, médiateurs, médias – Comment penser la médiation en littérature jeunesse?* Actes du colloque du Salon du Livre et de la Presse Jeunesse en Seine-Saint-Denis, 27 et 28 Avril 2006, 7. Montreuil: Centre de Promotion du Livre de Jeunesse en Seine-Saint-Denis.

VENTURA, Resendes. 2009. *Papel a Mais*. Lisboa: Esfera do Caos.

NOTAS

1. Manuel Medeiros, livreiro da Culsete entre 1973 e 2010. Apontamento inédito, manuscrito, sem data, encontrado junto a materiais da década de 1990.

2. Ventura, 2009, 21.

3. Segundo este autor, "por leitura entende-se um conjunto de modalidades de apropriação e receção do livro na sua dupla componente, objeto físico reconhecível e metáfora do discurso físico e ordenado tornado público, a que estão ligadas certas práticas sociais, principalmente as que se associam às interpretações de sentidos do seu conteúdo e da sua forma".

4. Este Manifesto resultou da reflexão feita a partir das ideias que foram surgindo no seminário "Animação de bibliotecas", orientado pelo bibliotecário Jean Tablet (Gardanne, France) e promovido pelo Instituto Português do Livro, em colaboração com a BAD (Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas), em Lisboa, de 31 de janeiro a 4 de fevereiro de 1983. Apesar da sua importância para todos os agentes empenhados na leitura, o manifesto foi apenas assinado por bibliotecários e pelos representantes da Junta Central das Casas do Povo.

5. Um programa de leitura pública foi, assim, reduzido a um programa de leitura em bibliotecas.

6. Fala-se aqui do Livreiro e não tanto do empregado de livraria, que, corporizando atribuições menos diferenciadas, tanto pode trabalhar neste como noutro qualquer espaço..

7. A expressão "livraria independente" designa todas as livrarias que não pertencem a grupos económicos, editoriais, livreiros ou institucionais, ou que a eles não se subordinam. É uma microempresa que trabalha de forma independente, com tudo o que isso implica em termos de dificuldades acrescidas a vários níveis.

8. Há uma forma de mediação de leitura que parece acontecer com muito menos frequência noutro espaço de mediação de leitura do que na livraria, que se pode chamar mediação por interposta pessoa. Um exemplo: quando alguém aborda o livreiro e lhe pede que lhe recomende um livro, por hipótese, para uma amiga de 67 anos, advogada, que gosta muito de ler sobre expedições submarinas, pessoa que o livreiro não conhece e com quem nunca falou, este tem de fazer um trabalho de mediação que toca a sua experiência de vida, o seu conhecimento acerca das publicações abrangendo o tema em questão, a satisfação e aprovação do seu leitor e o horizonte de expectativas criado por este em relação a outrem.

9. Contribuindo para a afirmação do indivíduo na sociedade.

10. Possibilitando o acesso ao conhecimento a todas as camadas da população.

11. Na questão da viabilidade organizacional da livraria, cabe a problemática comercial. A sobrevivência comercial da livraria tem de ser uma realidade. As atividades de mediação levadas a efeito devem também contribuir para o sucesso e a estabilidade económica do espaço livreiro, lado a lado com o seu trabalho de aprofundamento leitoral.

12. Como acontece em épocas e momentos como o Natal, a chamada época escolar, os aniversários.

13. A relevante discussão conceptual entre literatura popular e literatura de massas não cabe no âmbito e no objetivo deste artigo.

14. Usa-se de empréstimo esta terminologia para ser mais fácil apresentar alguns pontos de vista, apesar de termos consciência de que são categorias de formulação complexa.

15. Aumento que se tem verificado, registando-se nas últimas décadas uma evolução globalmente positiva, embora lenta e ainda distante dos índices relativos a práticas de leituras existentes noutras realidades nacionais, nomeadamente no seio de espaços como a União Europeia. Por outro lado, mesmo reconhecendo essa dinâmica de melhoria, as práticas de leitura e os índices a que elas se reportam correspondem a fenómenos complexos e frequentemente paradoxais, com alguns indicadores a manifestarem sentidos contraditórios (Neves 2015).

16. Em junho de 2020, já depois da submissão deste artigo, foi fundada a RELI, Rede de Livrarias Independentes, uma associação cultural sem fins lucrativos aberta a todas as livrarias nacionais que procuram coordenar esforços para enfrentar a crise do mercado livreiro.

RESUMOS

Este artigo acolhe algumas ideias sobre o tema da promoção de leitura em livrarias, fruto de atividade mediadora e respetiva reflexão ao longo de quarenta e três anos. Procura-se colocar questões consideradas pertinentes: Qual o lugar da livraria em função de práticas e dinâmicas sociais realizadas por diferentes agentes? Como se situa a livraria na sua relação com esses agentes? Quais os princípios de mediação que podem ser considerados num espaço como a livraria? Entre agentes mediadores haverá lugar para tensões e confrontações ou para convergências e itinerários de entendimento? Qual o papel do livreiro? E o do leitor? Literatura dita popular e literatura dita literária ou científica são conceitos que se opõem, em termos de mediação de leitura? Diferentes práticas leiturais tornam o ato de leitura menos válido? Este artigo fornece pistas de interpretação e de sugestão face às questões colocadas.

This paper probes into the theme of promoting reading in bookstores, resulting of a mediation activity that spanned forty-three years, and the reflection on such activity. It aims to raise relevant questions: What is the place of the bookstore amidst the practices and social dynamics of different agents? What is the relationship of the bookstore with these agents? What are the mediation principles that can be considered within a mediation space such as the bookstore? Is there room for tension and confrontation between mediators or otherwise for convergence and ways of understanding? What is the role of the bookseller? And what is the role of the reader? The so-called popular literature and the so-called literary or scientific literature are opposing concepts in terms of reading mediation? Do different reading practices make the reading act less valid? This paper aims at providing hermeneutical clues towards the interpretation of the questions raised.

ÍNDICE

Keywords: bookstores, booksellers, readers, reading mediation, public reading, reading communities

Palavras-chave: livrarias, livreiros, leitores, mediação de leitura, leitura pública, comunidades de leitura

AUTOR

FÁTIMA RIBEIRO DE MEDEIROS

IELT, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, FCSH, Universidade NOVA de Lisboa, 1069-061
Lisboa, Portugal. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-2364-7128>. E-mail:
fribeirmedeiros@gmail.com.