

O CENÁRIO DOS LIVROS DE BOLSO PARA JOVENS

A partir das discussões apresentadas anteriormente no capítulo 3 sobre a produção de sentido nos livros de bolso e o papel do designer nessa mediação, buscamos no presente capítulo o entendimento das visões projetuais que acompanham os livros de bolso pertencentes ao gênero da literatura infanto-juvenil. Para atingir tal intento, realizamos um questionário que objetivou o entendimento das maneiras como os leitores se relacionam com este objeto. Também restringimos nosso cenário de pesquisa, realizando-a a partir do olhar do Design, sobre livros de bolso disponibilizados aos visitantes do 16º salão da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil (FNLIJ), ocorrido entre os dias 28 de maio a 8 de junho de 2014 na cidade do Rio de Janeiro. A definição do cenário de pesquisa possibilitou delimitar ainda mais nosso estudo, gerando a seleção dos livros de bolso que serão analisados no próximo capítulo.

4.1

Questionário e relação entre leitores e objeto

O questionário (anexo 1 a 3) desenvolvido para a caracterização dos leitores e não leitores dos livros de bolso e para o conhecimento de suas escolhas por este formato editorial foi aplicado *online* através do *Google Docs* durante os meses de setembro e outubro de 2013. Até o mês de novembro de 2013, foram coletadas 100 respostas. Relembramos que o questionário foi divulgado através de grupos do *Facebook*, como “Eu amo Ler”, “Mundo dos Livros”, “Leitores”, “Leitores anônimos” e “De leitores e traças - Livros”. Além disso, o questionário também foi divulgado na página de perfil da autora da dissertação.

A faixa etária da maioria dos respondentes é de 20 a 25 anos (39%), seguida daqueles que possuem de 30 a 45 anos (21%) e de 25 a 30 anos de idade (20%) (Gráfico 1). Em nosso questionário, não obtivemos respostas de jovens leitores,

ou seja, da faixa etária entre os sete e quinze anos de idade. Isso pode se justificar em parte pelo fato de que a divulgação do questionário se deu em grupos específicos de leitores encontrados no *Facebook*, no qual esta faixa etária não é a mais significativa. Com isso, não obtivemos respostas do público-alvo específico, mas para instrumentalizar o recorte da pesquisa, demos continuidade com a aplicação do questionário com um público mais velho do que o previsto. Com relação ao nível de escolaridade, o Ensino Superior (51%) é o mais significativo entre os participantes, logo após o nível de Pós-Graduação (27%) e Ensino Médio (13%), que correspondem a importantes parcelas dos respondentes (Gráfico 2). Consideramos, no entanto, que a escolaridade dos participantes do questionário é de fato superior à média da população brasileira e que os dados aqui coletados devem ser analisados dentro desta perspectiva. Isso, por sua vez, nos leva ao entendimento de que as potencialidades ligadas ao fato de que o livro de bolso, em princípio, possui um preço reduzido em relação às publicações tradicionais não se relaciona intensamente com a ideia de popularização do hábito de leitura a uma parcela significativa da população brasileira. Assim, também acreditamos que repensar a maneira como o design desses livros é apresentado nos leva ao entendimento parcial dos motivos pelos quais suas potencialidades podem não estar sendo bem exploradas para a popularização da leitura entre os jovens leitores.

Abaixo, disponibilizamos os gráficos obtidos através das respostas dos participantes:

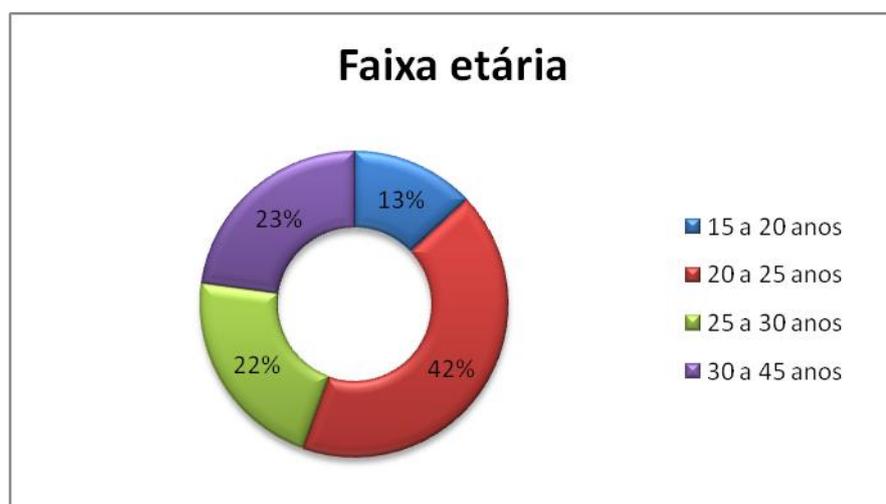


Gráfico 1: Faixa etária dos participantes

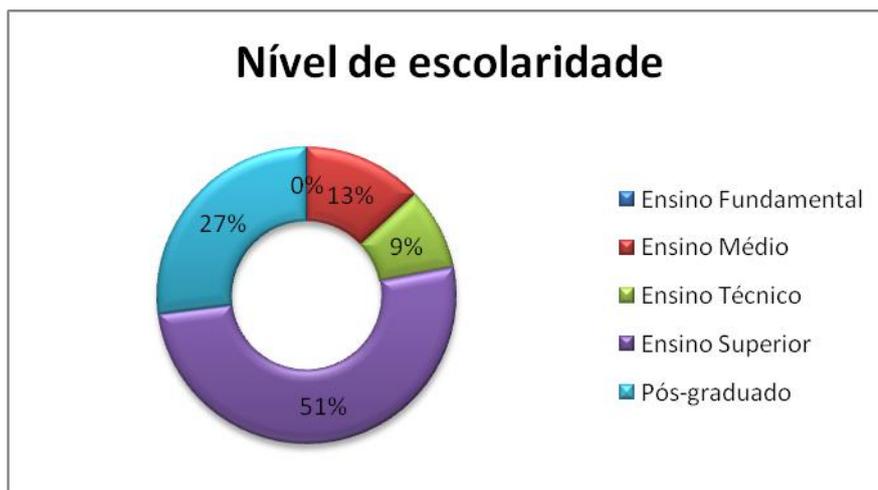


Gráfico 2: Nível de escolaridade dos participantes

Quanto ao número de livros lidos por ano não destinados ao aprendizado formal, 57% dos participantes responderam que leram mais de sete livros, enquanto 25% afirmaram que leram de quatro a sete livros e 18% leram de um a três livros (Gráfico 3). Consideramos que este resultado decorreu, sobretudo, do fato de que a maioria dos participantes possuem Ensino Superior e que, devido a isso, realize de maneira mais intensiva o ato da leitura, de forma cotidiana.

Estes dados contrastam com a 3ª edição da Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, divulgada em 2011, realizada pelo Ibope Inteligência e encomendada pelo Instituto Pró-Livro. Segundo dados desta pesquisa, a população brasileira lê em média quatro livros por ano, divididos entre livros didáticos, religiosos, romances, contos e literatura. Porém, a pesquisa do mesmo instituto indica que o número de livros lidos em sua totalidade pelos brasileiros limita-se a apenas 2,1. Voltamos a afirmar que acreditamos que essa diferenciação nos resultados encontrados ocorreu em virtude das características da amostragem recolhida em nosso questionário divulgado em redes sociais, às quais apenas uma parcela da população brasileira tem acesso.

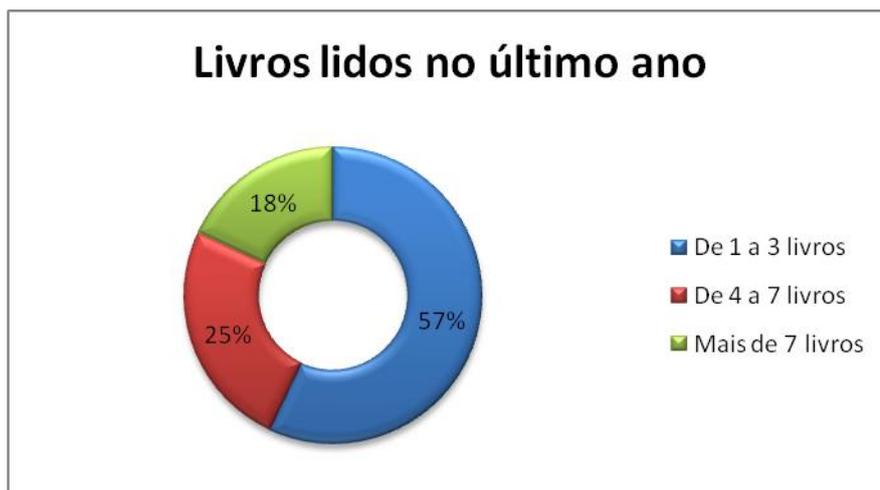


Gráfico 3: Número de livros lidos por ano, sem considerar obras destinadas ao aprendizado formal.

A partir dessa etapa, começamos a delimitar nosso questionário a perguntas específicas ao livro de bolso. Nossa primeira pergunta consistiu na quantidade de livros de bolso lidos por ano pelos participantes da pesquisa. Dentro desse cenário, a maioria, correspondente a 57%, afirmou que leu de um a três livros de bolso, enquanto 25% não leram nenhuma obra neste formato (Gráfico 4).



Gráfico 4: Quantidade de livros de bolso lidos pelos participantes

Em seguida, criamos uma seção específica para os respondentes que não se consideram leitores de livros de bolso, já que não haviam lido nenhuma publicação neste formato editorial. Nesta etapa, perguntamos qual o motivo que os levam a não ler este tipo de publicação. Dentro dessa questão, também ampliamos a possibilidade de respostas fornecidas pelos participantes, que poderiam selecionar até

três alternativas que consideravam relevantes e que influenciavam a não leitura de livros em formato de bolso. Desse modo, a maioria dos participantes respondeu que prefere outros formatos (36%), uma parcela significativa respondeu que a disposição dos textos, letras e margens pequenas dificulta a leitura (24%); também foram selecionadas alternativas que dizem respeito ao fato dos textos disponibilizados pelas editoras neste formato não serem atrativos (20%) e o fato de serem difíceis de encontrar (12%). A alternativa “outros” obteve 8% das respostas, e o preço dos livros e os materiais utilizados nas obras não se apresentaram aos participantes como um valor determinante para a não leitura dos livros de bolso. O fato de que a maioria dos respondentes afirmou que prefere livros em outros formatos nos leva à conclusão de que os livros de bolso ainda são vistos de maneira comparativa com outros tipos de publicação.

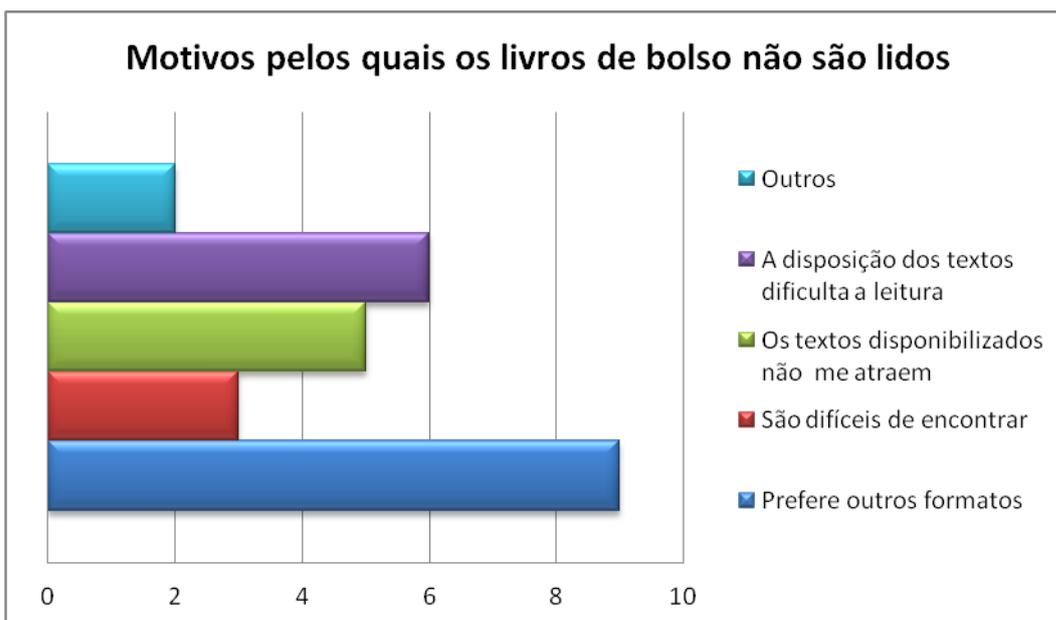


Gráfico 5: Motivos pelos quais os participantes não costumam ler livros de bolso

Também direcionamos perguntas específicas aos leitores de livros de bolso. Na primeira pergunta específica, perguntamos os motivos que influenciavam sua opção por ler livros de bolso. Essa pergunta, assim como aquela direcionada para os que não liam livros nesse formato, era de múltipla escolha, podendo o participante selecionar até três opções que considerasse relevante para sua resposta. A maior parte dos participantes atentou para o fato dos livros de bolso serem

considerados fáceis de manusear e transportar (36%); em seguida veio o fator do preço acessível (31%) e a facilidade de serem encontrados em diversos estabelecimentos comerciais (17%). As alternativas que tiveram menor representatividade dizem respeito à seleção dos textos (9%), a outros aspectos (4%), ao material utilizado (2%) e à diagramação dos livros de bolso (2%) (Gráfico 6). Assim, percebemos que as escolhas dos participantes envolviam mais as questões ligadas ao formato editorial, como o preço e a facilidade de encontrar, do que os aspectos ligados ao design, como a diagramação e produção gráfica, por exemplo. No entanto, ressaltamos o fato de que a alternativa mais elegida pelos participantes está relacionada ao formato editorial, pois o tamanho reduzido é uma característica do formato em si, sendo muitas vezes uma pré-definição da editora.

Abaixo, disponibilizamos o gráfico com as escolhas dos participantes sobre as motivações que os levam a ler livros de bolso:

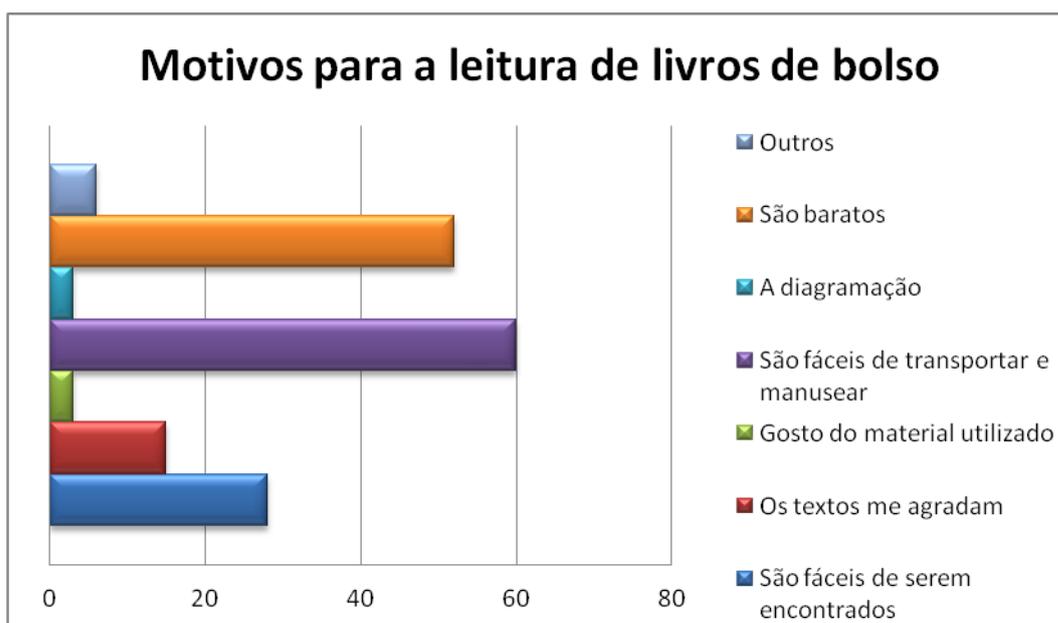


Gráfico 6: Por que os participantes leem livros de bolso

Em outra pergunta específica aos leitores de livros de bolso, buscamos saber sobre seus hábitos de leitura através do questionamento dos locais em que os participantes costumam ler estes livros. Optamos por realizar esta pergunta em virtude das pistas que ela poderia nos proporcionar sobre as maneiras como estes leitores se relacionam com os livros de bolso e como se constrói o hábito de leitura destas publicações. Podendo selecionar apenas a opção mais relevante, a maior

parte dos respondentes afirmou que costuma ler livros de bolso no ambiente de descanso/lazer de sua casa (37%); o transporte coletivo (33%) também teve destaque na escolha dos participantes, logo após foram selecionadas as áreas públicas de lazer (14%), o ambiente de estudo de sua casa (11%) e outros locais (5%) (Gráfico 7).

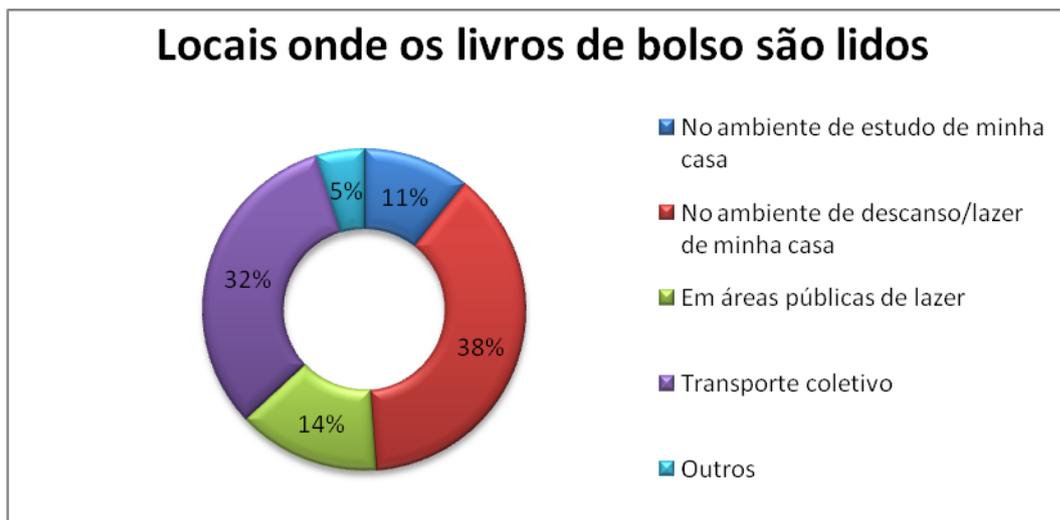


Gráfico 7: Locais onde os participantes costumam ler livros de bolso.

Os dados coletados nas três últimas questões nos atenta para a importância do design gráfico nos livros de bolso. Se o design é um dos fatores de maior importância para que não haja sua leitura, tendo em vista que uma parcela significativa dos participantes respondeu que a disposição dos textos dificulta a leitura, também não é o aspecto responsável pelo número de leitores dos livros de bolso, já que a diagramação e a produção gráfica destes livros foram alternativas escolhidas apenas por 2% dos respondentes do questionário. Esse fato elucidada ainda mais a realidade das coleções apresentadas anteriormente neste capítulo e a necessidade de desenvolvimento e reflexão sobre o processo de criação de projetos gráficos editoriais que fomentem a leitura desse tipo de publicação. A maneira como os livros de bolso e suas características projetuais se configuram como mediadores da leitura, assim como a reflexão da visão de projeto atrelada a este objeto, serão apresentadas nos próximos capítulos desta dissertação.

4.2

O cenário da realização da pesquisa de campo

Com o objetivo de entender o design editorial de livros de bolso e as possíveis relações que este pode estabelecer com o público infanto-juvenil e auxiliar na disseminação do ato da leitura, optamos por recortar a realização de nossa pesquisa dentro do contexto estabelecido pela 16ª edição da FNLIJ.

A FNLIJ e seu salão são considerados uma instância de legitimação da produção editorial de seu segmento. O salão, que acontece tradicionalmente há 16 anos, é uma forma representativa de divulgação e promoção das editoras que trabalham no âmbito infanto-juvenil. Além de sua antiguidade e da representatividade dos números do público visitante, encontramos outro exemplo da legitimação exercida pela FNLIJ nas premiações organizadas pela instituição.

A Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil foi criada no ano de 1968. Atualmente, a instituição é amplamente reconhecida como espaço dedicado às ações de fomento da leitura dos jovens. Segundo o histórico divulgado em seu site, na fase de sua formação a Fundação teve apoio de instituições como a Associação Brasileira do Livro, o Sindicato Nacional dos Editores de Livros, a Associação Brasileira de Educação, a Câmara Brasileira do Livro, o Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado do Rio de Janeiro, a União Brasileira de Escritores e o Centro de Bibliotecnia. A FNLIJ também é a representante nacional do *International Board on Books for Young People – IBBY*. As contribuições mensais de seus mantenedores, tanto pessoas jurídicas como físicas, auxiliam na manutenção financeira da fundação.

Desde 1999, a fundação elabora anualmente e de maneira ininterrupta o Salão Nacional do Livro para Crianças e Jovens. A primeira edição deste evento teve duração de dez dias e foi realizada no Galpão de Artes do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, contando com trinta e três estandes dedicados à venda de livros para crianças e jovens, além de mesas redondas, encontros e lançamentos de livros.

Na primeira edição do evento, os visitantes podiam conhecer espaços dedicados à leitura de diversas obras, como a Biblioteca Infantil, e também os lançamentos e atividades, com a presença de escritores e ilustradores. Também con-

tava com uma área própria, o Espaço FNLIJ de Leitura. Encontramos outros dados relevantes no catálogo do evento, que demonstram o crescimento do salão desde sua primeira edição. Em 1999, o número de editoras participantes do evento foi de trinta e quatro, contabilizando um total de 6.000 títulos expostos, enquanto o número de visitantes do salão atingiu cerca de 3.600 pessoas.

O salão também organiza atividades ligadas à disseminação do conhecimento científico e à troca de saberes ligados à formação de leitores através do Seminário FNLIJ Bartolomeu Campos de Queirós, que em 2014 teve sua 16ª edição. O seminário ocorreu durante três dias do salão e teve como temática a “Importância da Fantasia na Literatura”. Neste seminário, foram apresentadas comunicações científicas de diversos pesquisadores relacionadas à leitura de livros infantis e à formação de novos leitores. Além disso, houve discussões ligadas à literatura da Argentina e um encontro de autores indígenas.

Assim, além dos stands dedicados à venda de livros, o salão visitado na realização da pesquisa contava com diferentes espaços para a leitura, exposições, palestras e lançamentos de obras ligadas ao universo do jovem e da criança. Destacamos também a existência do espaço chamado *Encontros Paralelos FNLIJ*, que buscava a formação de professores, bibliotecários e demais interessados nos livros infantis. Em 2014, quinze anos após sua primeira edição, o número de visitantes ao salão chegou a 40 mil. O evento contou com a presença de autores reconhecidos pelo público nos lançamentos, tais como Ziraldo, Miriam Leitão, Pedro Bial e Talita Rebouças, e com leituras de obras literárias.

No salão da fundação de 2014 participaram setenta e três editoras¹ organizadas em diferentes stands para a venda de seus livros. De acordo com o catálogo do evento, os livros expostos e vendidos pelas editoras participantes são caracterizados exclusivamente como literários e informativos, voltados a crianças e jovens. Assim, encontramos relevância para a realização da pesquisa neste salão, pois a delimitação exposta no catálogo proporciona o entendimento de que os livros de bolso expostos nos stands e disponibilizados aos possíveis leitores nos levam ao conhecimento das editoras brasileiras como relevantes e exemplares a este público. Assim, acreditamos que os stands dedicados aos livros de bolso são represen-

¹ A lista completa com as editoras participantes do 16º salão da FNLIJ está disponibilizada nos anexos desta dissertação.

tativos do que o mercado editorial acredita ser o texto a ser consumido pelo público infanto-juvenil.

A FNLIJ também é conhecida pelas premiações destinada aos livros infanto-juvenis que organiza. O prêmio principal (*FNLIJ - O melhor para Criança*) teve sua primeira edição no ano de 1975, com a finalidade de premiar as obras publicadas em 1974. Atualmente, as obras premiadas são divididas em diferentes categorias, que englobam os gêneros das obras, o público a que se destinam e os aspectos ligados ao design editorial dos livros, como o projeto gráfico e a ilustração, por exemplo.

Outro fator que nos chamou a atenção é que, embora os livros de bolso estejam presentes nos stands de venda das editoras participantes do salão da FNLIJ, sua participação não é significativa nas premiações² da instituição. Além disso, durante a realização das visitas à feira, pudemos constatar que os stands que disponibilizavam livros de bolso para venda eram visitados, na maioria das vezes, por adultos acompanhados ou não por crianças. Também notamos o fato de que as crianças e os jovens que visitavam estes espaços geralmente optavam manusear um determinado livro pelo personagem exposto na capa. Diversas vezes a frase “olha, a Mônica!” foi ouvida, por exemplo. Já os jovens que se sentiram atraídos pela obra em si e por sua narrativa obtiveram indicação dos adultos que os acompanhavam. Convém afirmar que raras foram as vezes em que ouvimos alguma fala do público em relação à materialidade dos livros de bolso expostos.

Assim, com base nas três justificativas apontadas acima, encontramos a necessidade de analisar de que maneira o design dos livros de bolso é disponibilizado aos jovens leitores. Abaixo, discutiremos sobre como foi realizada a análise quantitativa dos exemplares encontrados na 16ª edição do salão da FNLIJ e refletimos sobre os resultados obtidos, em uma tentativa de delimitar nossa pesquisa a exemplares de livros de bolso que apresentam seu design de maneira significativa a seus leitores.

² A lista com todos os premiados pela FNLIJ desde 1975 pode ser visualizada em (<http://www.fnlij.org.br/site/premio-fnlij.html>). Acessado em 4 de julho de 2014.

4.3

Observações de campo

Nossa visita ao salão da FNLJI ocorreu em três dias distintos do mês de junho de 2014. No primeiro dia, foi realizada a observação da feira com a finalidade de compreender o seu público visitante e fazer um levantamento das editoras que vendiam livros no formato de bolso naquele espaço. No segundo e terceiro dia, levantamos os títulos que eram vendidos em formato de livro de bolso e o gênero literário a que pertenciam com a finalidade de analisar quais são as narrativas literárias que chegam até os jovens leitores neste formato.

Convém afirmar que enquanto a primeira visita foi realizada em uma sexta-feira, a segunda e a terceira visitas foram realizadas no final de semana de encerramento do salão da FNLJI. Pudemos observar a presença de dois grupos distintos de visitantes nesse período. Durante a semana, houve uma presença considerável de crianças da pré-escola que iam à feira com seus professores para assistir às apresentações dos autores que lá se encontravam. Nos finais de semana, notamos maior presença de adolescentes e crianças acompanhadas pelos pais. O número de pessoas visitando os stands destinados à venda de livros era mais significativo nesses dias.

Centramos a pesquisa quantitativa sobre o design editorial dos livros de bolso vendidos aos visitantes do 16º salão da FNLJI em cinco coleções distintas, são elas: Companhia de Bolso, Zahar Edição Bolso de Luxo, Bestbolso, L&PM Pocket e Hedra de Bolso, todas apresentadas anteriormente no Capítulo 2. Embora a coleção *Globo de Bolso* estivesse presente no catálogo destinado ao público juvenil fornecido pelo stand de venda da Editora Globo, seus livros não foram exibidos nessa edição do salão. Desse modo, os livros de bolso analisados foram aqueles aos quais pude ter acesso durante o evento.

4.4

As editoras encontradas no 16º Salão da FNLJI

No salão da FNLJI, encontramos 109 livros de bolso disponibilizados pelas editoras ao público jovem. Somente consideramos como livros de bolso as

obras que as editoras denominavam como tais. Disponibilizamos a lista completa dos livros de bolso encontrados no salão no anexo 4 desta dissertação. Abaixo apresentamos o gráfico que revela a quantidade de títulos encontrados por editora:

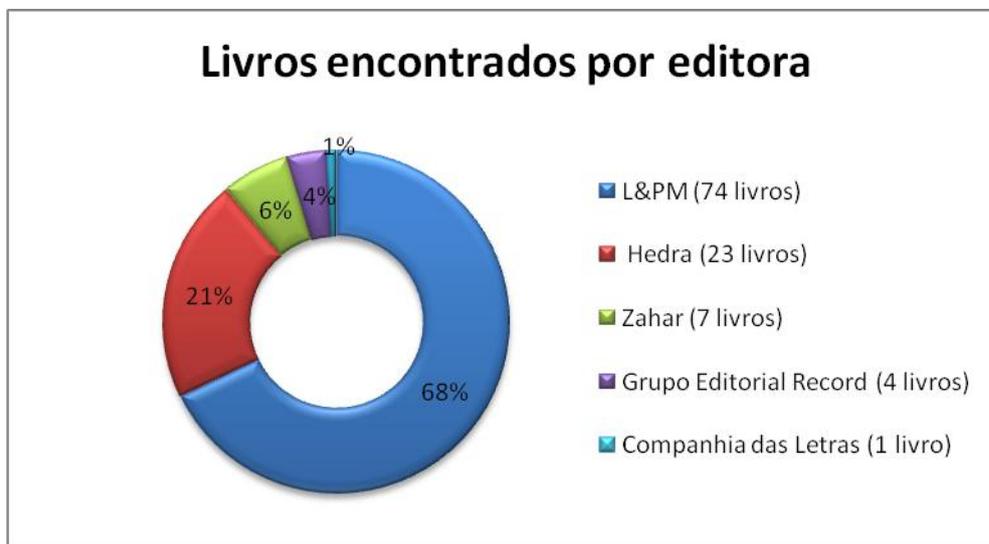


Gráfico 8: Contabilização dos livros encontrados no 16º salão da FNLIJ classificados por editora

Através da distribuição do gráfico apresentado acima podemos observar que a L&PM foi a editora com maior predominância no salão, isso se justifica em parte pelo fato de que essa editora era a única que possuía um estande dedicado exclusivamente aos livros de bolso. Em segundo lugar encontramos a Hedra, com 23 títulos analisados para a pesquisa. Pela editora Zahar, encontramos sete títulos pertencentes aos gêneros de ficção e de literatura infanto-juvenil. Finalmente, encontramos o Grupo Editorial Record, com quatro títulos e a Companhia das Letras, com apenas um título. Nesta dissertação, optamos por não analisar as publicações de duas editoras, a justificativa será desenvolvida no próximo item.

4.5

Os livros analisados

Ao observarmos os 109 livros disponibilizados ao público no salão da FNLIJ pelas editoras participantes do evento, foi possível realizar uma análise quantitativa com relação aos gêneros literários encontrados nos livros de bolso. Abaixo

estão disponibilizados gráficos que estabelecem relações com nossa metodologia de estudo. O gráfico abaixo ilustra os principais gêneros literários encontrados em nossa visita ao salão.

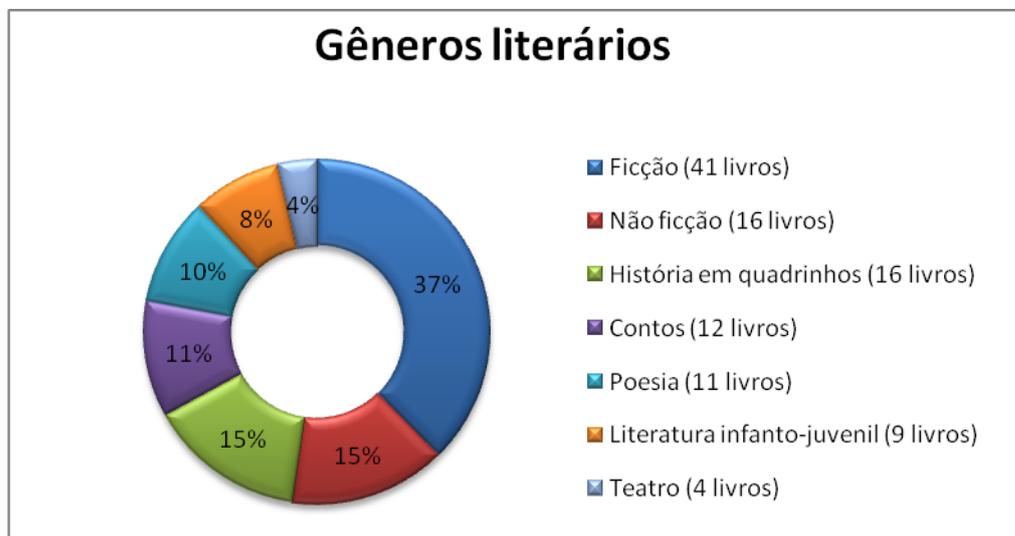


Gráfico 9: Gêneros literários dos livros de bolso encontrados no 16º salão da FNLIJ

Os dados presentes no gráfico acima possibilitam o estabelecimento de algumas considerações sobre os temas que as editoras participantes do evento consideraram relevantes para a formação do público leitor brasileiro, assim como enfatizam um olhar mercadológico sobre assuntos que este público lê ou deveria ler atualmente (Lacerda, 2013). Notamos, em um primeiro momento, que as obras que englobam ficção ocupam a maior parcela do gráfico, seguidas dos gêneros de biografia, ensaio, filosofia e história (agrupados por nós dentro do gênero de não-ficção), história em quadrinhos, contos e poesia.

Em penúltimo lugar se encontram as obras classificadas dentro do gênero da literatura infanto-juvenil e seus textos são considerados clássicos. Todas essas obras são pertencentes ao domínio público e contém textos que, em sua origem, eram destinados à formação de leitores, mas que atualmente, com as mudanças sociais ocorridas no último século, atraem jovens e adultos.

Por outro lado, percebemos que assim como as obras de literatura infanto-juvenil, a maioria das obras pertencentes aos gêneros de ficção, contos e teatro também se encontram em domínio público e são, em grande parte, consideradas clássicos da literatura universal. Desse modo, os dados apresentados acima nos levam a inferir que as editoras veem o livro de bolso como um incentivo à leitura

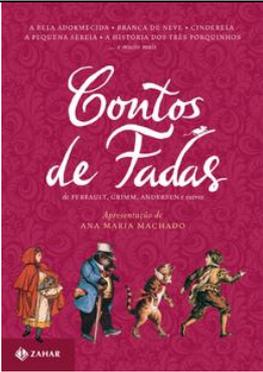
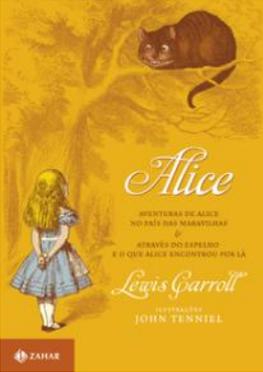
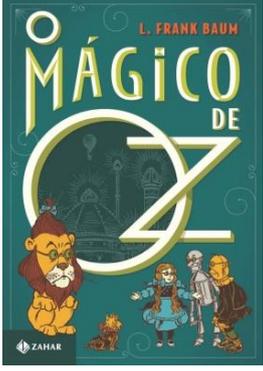
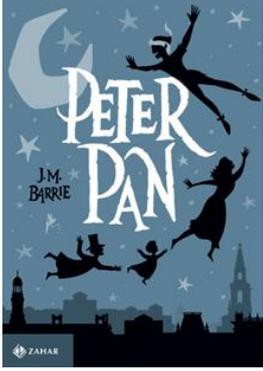
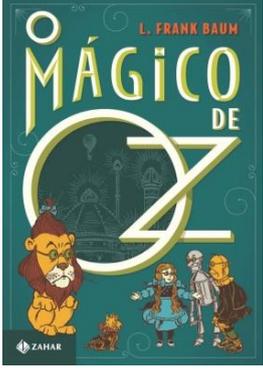
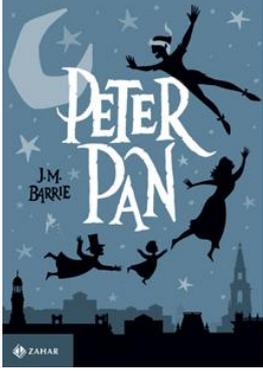
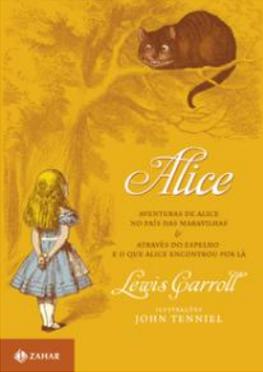
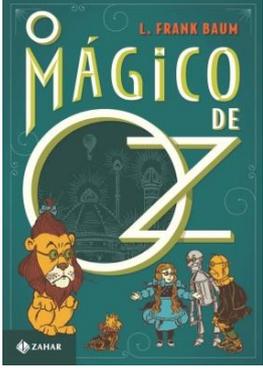
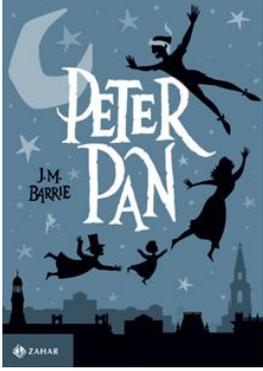
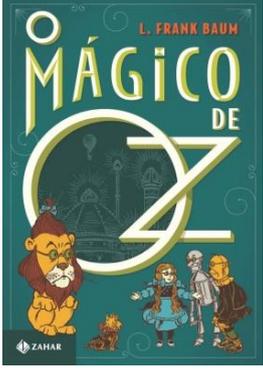
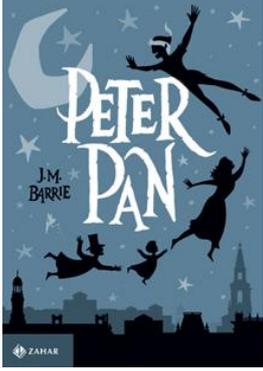
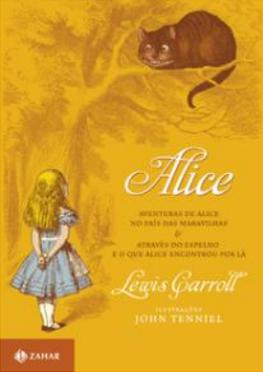
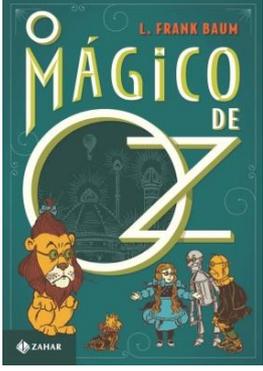
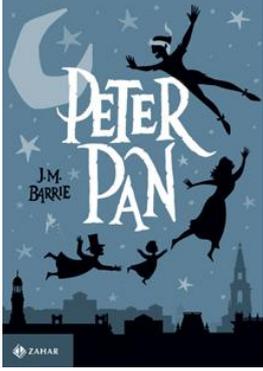
de clássicos pelos jovens leitores. A presença desses gêneros literários revela pistas daquilo que a editora considera atrativo aos seus leitores em potencial. Além disso, as coleções de livros de bolso são reprodutoras de gêneros literários e de autores consagrados.

Assim, podemos perceber a predominância dos textos clássicos nos livros de bolso por dois caminhos distintos, porém não excludentes: 1) uma necessidade mercadológica aliada à redução de custos pela aquisição de obras de domínio público, ou 2) o interesse de tornar acessível a diferentes camadas da população textos que participaram da constituição de nosso imaginário. De fato, um viés não exclui o outro, principalmente se considerarmos o fato de que uma editora tem despesas e precisa manter frente às suas concorrentes, possuindo necessidade de atrair novos leitores.

Embora o 16º salão da FNLIJ seja um espaço dedicado ao incentivo da leitura a jovens e crianças, a pesquisa referente ao gênero dos livros de bolso nos permitiu concluir que o gênero infanto-juvenil não é explorado pelas editoras. Isso contrasta com o fato de que as editoras reconhecem esse público, pois suas obras estão presentes no salão e são disponibilizadas para contato com os jovens leitores, que as percebem, julgam, leem ou rejeitam. Entendemos que o design participa da maneira como os leitores em potencial se aproximam do livro de bolso.

Para a realização da análise apresentada no próximo capítulo, procuramos estabelecer um diálogo entre o público-alvo do salão e o gênero literário. Dessa forma, optamos por analisar de maneira reflexiva somente as obras pertencentes ao gênero da literatura infanto-juvenil. Acreditamos que dessa maneira conseguimos obter uma amostra significativa sobre como o design desses livros é apresentado aos jovens leitores e as visões projetuais desenvolvidas para esse objeto.

Apresentamos abaixo os nove livros de bolso a serem analisados no próximo capítulo:

	<p><i>Contos de Fadas</i></p>
	<p>Perrault, Grimm, Andersen e outros</p>
	<p>Col. Clássicos Zahar em Edição Bolso de Luxo</p>
	<p>Ed. Zahar</p>
	<p><i>Aventuras de Alice no País das Maravilhas & Alice através do espelho</i></p>
	<p>Lewis Carroll</p>
	<p>Col. Clássicos Zahar em Edição Bolso de Luxo</p>
	<p>Ed. Zahar</p>
	<p><i>O Mágico de Oz</i></p>
	<p>L. Frank Baum</p>
	<p>Col. Clássicos Zahar em Edição Bolso de Luxo</p>
	<p>Ed. Zahar</p>
	<p><i>Peter Pan</i></p>
	<p>J.M. Barrie</p>
	<p>Col. Clássicos Zahar em Edição Bolso de Luxo</p>
	<p>Ed. Zahar</p>

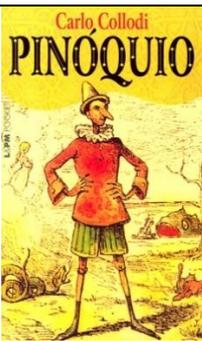
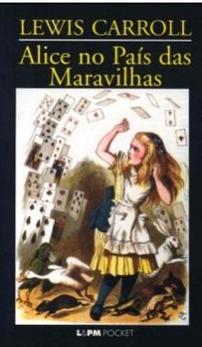
 <p>J. M. BARRIE <i>Peter Pan</i> PETER E WENDY, SEGUIDO DE PETER PAN EM KENSINGTON GARDENS</p>	<p><i>Peter e Wendy, seguido de Peter Pan em Kensington Gar- dens</i></p> <p>J.M. Barrie</p> <p>Col. L&PM Pocket</p> <p>Ed.L&PM</p>
 <p>Carlo Collodi PINOQUIO</p>	<p><i>Pinóquio</i></p> <p>Carlo Collodi</p> <p>Col. L&PM Pocket</p> <p>Ed. L&PM</p>
 <p>L. Frank Baum <i>O Mágico de Oz</i></p>	<p><i>O Mágico de Oz</i></p> <p>L. Frank Baum</p> <p>Col. L&PM Pocket</p> <p>Ed. L&PM</p>
 <p>LEWIS CARROLL <i>Alice no País das Maravilhas</i></p>	<p><i>Alice no País das Maravilhas</i></p> <p>Lewis Carroll</p> <p>Col. L&PM Pocket</p> <p>Ed. L&PM</p>
 <p>Laura Ingalls Wilder <i>UMA CASA NA FLORESTA</i></p>	<p><i>Uma Casa na Floresta</i></p> <p>Laura Ingall Wilder</p> <p>Col. BestBolso</p> <p>Grupo editorial Record</p>

Tabela 2: Relação dos livros de bolso a serem analisados.

Desse modo, entendemos que o design é um dos meios que podem possibilitar a aproximação dos leitores a esses tipos de texto e auxiliar na formação de novos leitores. No capítulo seguinte desta dissertação, analisaremos como o design dos livros de bolso é apresentado ao público jovem através de seu projeto editorial em uma tentativa de compreender as práticas que norteiam a produção destas publicações e como o designer se manifesta como agente mediador da leitura.