

# **MERCADO EDITORIAL *VERSUS* EDUCAÇÃO LITERÁRIA NA ESCOLA: UM ESTUDO CRÍTICO (APOIO UNIPLAN)**

**Aluno:** José Jayslan Souza do Nascimento

**Orientadora:** Profa. Graciane Cristina Mangueira Celestino

**Curso:** Letras

**Campus:** Águas Claras

A educação literária tem sido objeto de variadas pesquisas, o trabalho que se apresenta terá enfoque na percepção da formação leitora de jovens e adolescentes frente ao mercado editorial, analisando sua dimensão em relação à formação da autonomia de suas escolhas literárias. A metodologia de pesquisa será a revisão bibliográfica e levantamento de dados quantitativos relacionados à escolha dos livros pelos jovens em formação da identidade leitora. O objetivo deste estudo é discutir qual a circunspeção da posição editorial quanto à formação leitora dos jovens, sendo que por vezes partem de uma vertente exclusivamente comercial e atribuindo esse papel única e exclusivamente à escola. Considerou-se nesta perspectiva que a literatura é algo imperativo para a atuação social e crítica, sendo um direito que, a nosso ver, atua frente à autonomia do jovem leitor, essa compreensão nem sempre é promovida com o devido valor (CANDIDO, 2011). O objeto de análise do presente trabalho foi a lista de livros mais vendidos da revista Veja (2018) que é atualizada semanalmente. Como perspectiva teórica optou-se pela corrente ético-política na literatura, representada pela crítica sociológica de teóricos como: Petit (2008, 2009, 2013) e Candido (2011). Para a presente pesquisa foram realizadas as seguintes etapas: levantamento de dados quantitativos e elaboração de questionários, por intermédio de um questionamento quanto à posição do Mercado editorial frente à educação literária nas escolas, além de analisar criticamente a divulgação da lista de livros por revistas que consideram “os mais vendidos” para que os mesmos sejam consumidos pelo público.