

Estudo Leitura cresce, sobretudo entre os mais jovens, à boleia das redes sociais

Um estudo divulgado na semana passada revela que os portugueses estão a ler mais. Esse crescimento faz-se sentir, mais entre os jovens adultos, motivados pelas redes sociais e pelos influenciadores digitais

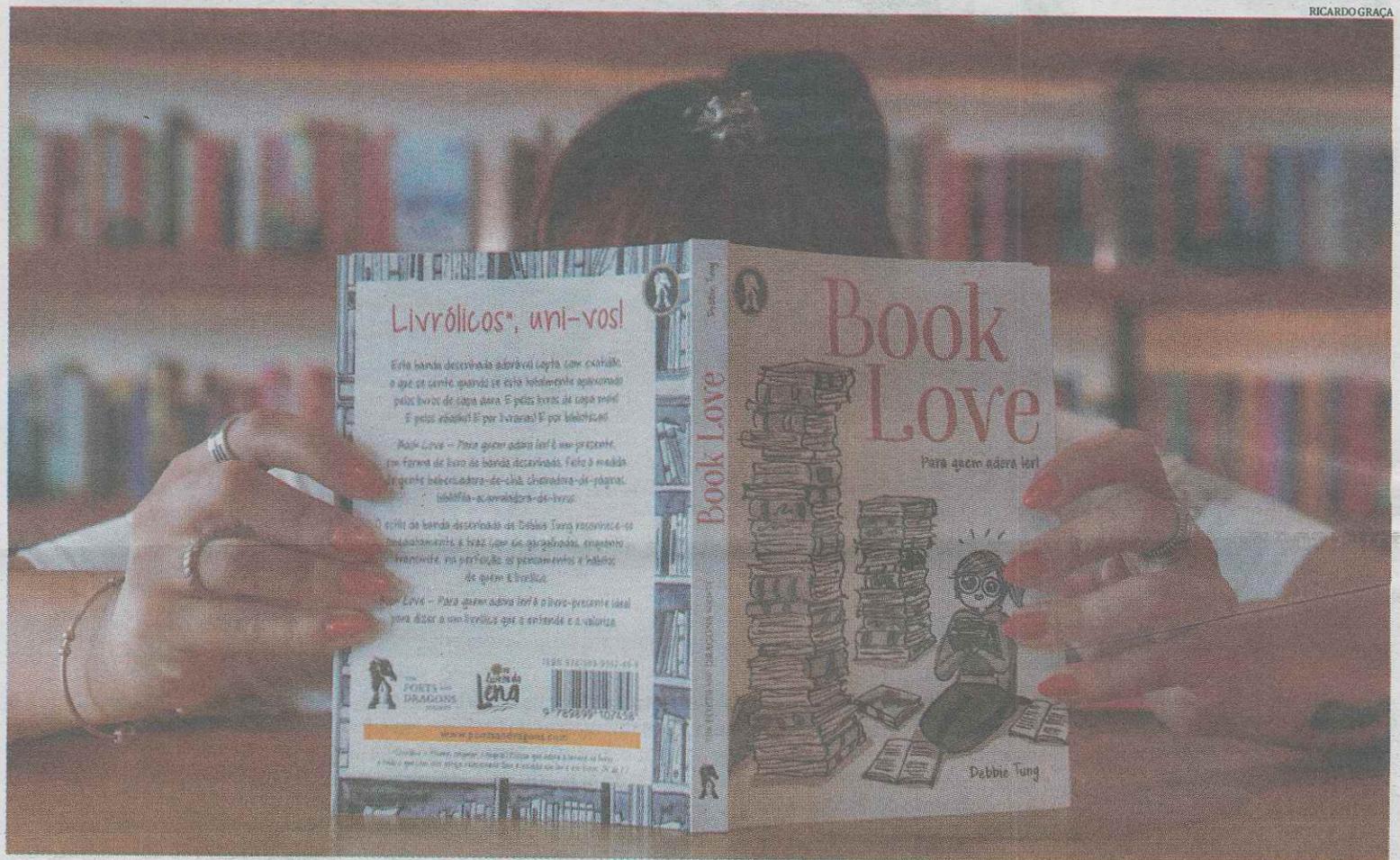
Maria Anabela Silva
anabela.silva@jornaldeleiria.pt

Durante algum tempo, Maria Francisca Gama evitou a presença nas redes sociais, com receio de não ser levada a sério. “O facto de ser mulher e jovem não abonava muito a meu favor, num meio onde ainda há algum preconceito em relação a esses factores. Utilizar as redes sociais seria acrescentar um prego no caixão da ‘miúda que escreve’”, recorda a escritora, de 27 anos, nascida em Leiria, que, em 2022, publicou o livro *A profeta*.

Foi na sequência dessa obra que decidiu que estava na hora de pôr de lado “o preconceito e um certo snobismo” por não querer estar nessas plataformas. “Querida muito ser levada a sério e que me lessem, independentemente da minha idade. E borrfiei-me para isso e para o que pudessem pensar dessa minha presença”, conta Maria Francisca Gama, explicando que a mudança de estratégia aconteceu por ter percebido que o tempo médio de um livro numa livraria é de “cerca de dois meses” e que as obras se vão substituindo umas às outras nos expositores.

Com o livro seguinte, *A Cicatriz*, lançado no início de 2024, tudo foi diferente. Passou a ter uma presença assídua nas redes sociais, sobretudo, no TikTok e no Instagram, mas também no Facebook, adaptando a comunicação a cada uma delas. Através de vídeos ou de outras publicações, começou a partilhar muitas das suas leituras, mas também informações sobre o livro e sobre a sua participação em festivais literários, sessões de autógrafos e apresentações. E os resultados - que também se deverão à qualidade da obra em si, que Francisca Gama reconhece que “está melhor” do que a anterior - apareceram. *A Cicatriz* tornou-se um fenómeno nas redes sociais e foi um dos livros mais vendidos no País em 2024, contando já com nove edições. E, entre os seus leitores, estão “muitos que vieram das redes sociais, sobretudo, jovens, mas não só”, reconhece a escritora, considerando “inevitável” a utilização desses meios.

“Não vale a pena remar contra essa realidade. Se os jovens passam grande parte do seu tempo agarrados aos ecrãs e se queremos que se interessem por determinada coisa,



RICARDO GRAÇA

Estudo Maioria prefere livro em papel

Apesar da influência, cada vez maior, que o digital tem nos hábitos de leitura, o prazer de folhear um livro em papel continua a marcar a preferência dos leitores portugueses. Segundo o estudo *Hábitos de compra e leitura em Portugal*, apresentado na semana passada pela Associação Portuguesa de Editores e Livreiros, 92% dos portugueses optam por ler em suporte físico. Ainda assim, de acordo com o jornal *Público*, a percentagem está ligeiramente abaixo da que se registou em 2023 (93%), e desce mesmo para 84% na faixa etária entre os 15 e os 24 anos.

tem de ser através dos ecrãs”, defende a escritora de Leiria, que admite que esta é também uma forma de colmatar a falta de espaço que os meios tradicionais dedicam ao livro e à crítica literária. “As pessoas estão nas redes sociais e é aí que obtêm grande parte da informação. É também aí que a comunidade literária tem de estar.”

Comunidade atenta

Quem já percebeu isso foram, não só os escritores, mas também as editoras e as livrarias, que apostam, cada vez mais, na divulgação através das redes sociais, o que tem ajudado ao incremento da venda de livros. O estudo *Hábitos de compra e leitura em Portugal*, apresentado na semana passada pela Associação Portuguesa de Editores e Livreiros (APEL), revela que o mercado livreiro voltou a crescer em 2024, com um aumento de 9%, passando de 187 milhões de euros para 204 milhões, apesar de se terem comprado menos livros.

O estudo indica ainda que 76% dos portugueses admitem ter há-

bitos de leitura, com o maior crescimento a registar-se na faixa etária entre os 15 e os 24 anos. Tal é assinalado pela APEL que atribui este incremento da leitura junto dos mais jovens ao papel das redes sociais, onde se começam a multiplicar os *book influencers* (os influenciadores digitais focados em livros), um papel, muitas vezes, desempenhado por leitores mais novos.

Atenta a essa tendência, a Livraria Arquivo, em Leiria, tem desenvolvido “parcerias” com alguns jovens adultos para trabalharem essa vertente, com publicações nas páginas de Facebook e de Instagram do estabelecimento, com recurso a “uma linguagem e imagem viradas” para seu tipo de leitor. “As redes sociais são um veículo de informação por excelência para algumas faixas etárias, que têm maior percentagem de crescimento na leitura e na compra de livros. Não podemos estar alheios a isso”, assume Alexandra Vieira, proprietária da livraria, adiantando que no novo site, irão “promover ainda mais a comunicação, “agregando

vários tipos de linguagem e meios de informação”.

Alexandra Vieira frisa, no entanto, que apesar de haver “um bom *feedback*” da aposta nas redes sociais, que se traduz na captação de “outros leitores” para a livraria, esse não pode ser o único meio de comunicação. “A interacção social, quer na loja, quer entre amigos e família, continua a ter mais influência para uma boa parte das pessoas. A escolha de um livro é uma decisão muito pessoal. Quem atende nas livrarias sabe disso”, aponta, sublinhando a importância que “a imprensa e a televisão continuam a ter na escolha das leituras”. “Pela nossa experiência, quando um título tem uma boa crítica ou é referido na televisão por determinados comentadores, é mais procurado nos dias seguintes.”

Mas, independentemente do meio para lá chegar, o importante é que “as pessoas leiam”, porque “um país leitor é um país mais evoluído”, como afirmou Maria Francisca Gama, numa entrevista ao jornal *Público*, publicada há cerca de um ano.