

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO – PPG
COORDENAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO – CPG
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM LETRAS

MARIA BETHÂNIA DE FIGUEIREDO MELO

**LITERATURA DE ENTRETENIMENTO: a atuação de blogueiros e youtubers no
ciberespaço e a indústria do livro no Brasil**

São Luís
2019

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO – PPG
COORDENAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO – CPG
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM LETRAS

MARIA BETHÂNIA DE FIGUEIREDO MELO

**LITERATURA DE ENTRETENIMENTO: a atuação de blogueiros e youtubers no
ciberespaço e a indústria do livro no Brasil**

Dissertação apresentada como requisito parcial
para a obtenção do título de Mestre em Teoria
Literária do programa de Pós-Graduação em
Teoria Literária da Universidade Estadual do
Maranhão.

Área de Concentração: Teoria Literária
Linha de Pesquisa: Literatura e Subjetividade
Orientador: Profº. Drº. Emanoel Cesar Pires de
Assis

São Luís

2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Melo, Maria Bethânia de Figueiredo.

Literatura de entretenimento: a atuação de blogueiros e youtubers no ciberespaço e a indústria do livro no Brasil. / Maria Bethânia de Figueiredo Melo. - São Luís, 2019.

123f. il.

Orientador: Drº. Emanoel Cesar Pires de Assis.
Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-graduação em Teoria Literária, Universidade Estadual do Maranhão, 2019.

1. Ciberespaço. 2. Indústria do livro. 3. Influenciadores Digitais. I. Título.

CDU: 81:004.738.5

MARIA BETHÂNIA DE FIGUEIREDO MELO

**LITERATURA DE ENTRETENIMENTO: a atuação de blogueiros e youtubers no
ciberespaço e a indústria do livro no Brasil**

Dissertação apresentada como requisito parcial
para a obtenção do título de Mestre em Teoria
Literária do programa de Pós-Graduação em
Teoria Literária da Universidade Estadual do
Maranhão.

Aprovada em

BANCA EXAMINADORA

Profº. Drº. Emanoel Cesar Pires de Assis (Orientador)

Profª. Drª. Joseane Maia Santos Silva

Profª. Drª. Cássia Cordeiro Furtado

Dedico este trabalho à minha família.

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Dr. Emanoel Cesar Pires de Assis, não só pelas leituras atentas, comentários certeiros, paciência, mas também pelo incentivo de sempre e por acreditar em mim e neste trabalho.

À minha família pelo amor, apoio e incentivo, por compartilharem de minhas decisões, por estarem juntos nas alegrias e tristezas, por jamais terem desistido de meus ideais e de meus sonhos.

Aos amigos pela inspiração, incentivo e pelo companheirismo.

Aos professores do Programa de Mestrado em Teoria Literária da Universidade Estadual do Maranhão, pelos conhecimentos transmitidos, pelas inesquecíveis experiências, pelo apoio e pela amizade.

A Deus.

Como exigir pureza do que nasceu impuro étnica e literariamente? Ora, a pureza, desde as idéias platônicas, perece de sua imobilidade. A renovação vem das sombras, da margem, do mundo em movimento, de discursos rebeldes à gramática e à lógica. O híbrido mistura cores, idéias e textos sem anulá-los.

(Donaldo Schüler, 1995)

RESUMO

Em **LITERATURA DE ENTRETENIMENTO: a atuação de blogueiros e youtubers no ciberespaço e a indústria do livro no Brasil** pretendemos entender essa nova dinâmica assumida pelo mercado editorial brasileiro, assim como a participação de jovens “influenciadores digitais” no mercado do livro. A presente pesquisa considera a atuação de blogueiros e *youtubers* no ciberespaço por meio de suas redes sociais e, paralelamente a isto, a entrada destes internautas no universo da Literatura de Entretenimento, preenchendo um nicho mercadológico carente de publicações, a do consumidor adolescente, com a publicação de seus próprios livros, o que contribui de maneira significativa para a concretização do investimento na materialidade de conteúdos digitais. E, ainda, a relação entre seguidores/leitores que passam a consumir cada vez mais tudo que é publicado por seus “ídolos da internet”, o que por outro lado acaba estimulando a prática da leitura. O objetivo dessa investigação é, portanto, propor reflexões acerca desse novo movimento de produção textual impressa de autoria de jovens *youtubers* e blogueiros e, além disso, mergulhar pelos *cibercaminhos* para compreendermos as transfigurações pelas quais a indústria do livro impresso vem passando em tempos de sociedade digital. A fim de atingirmos os objetivos propostos nesta investigação, optamos por confeccionar como recurso metodológico uma pesquisa bibliográfica (qualitativa e quantitativa) de obras impressas publicadas por jovens influenciadores digitais entre janeiro de 2012 a dezembro de 2018, período em que verificamos a publicação de cento e cinquenta e nove livros. O aporte teórico da pesquisa concentra-se em Giorgio Agamben (2009), Zigmunt Bauman (2001), Manuel Castells (2001), Nicholas Carr (2011), Roger Chartier (1999), Tom Chatfield (2012), Pierre Lévy (2010), Perrone-Moisés (2016), Katherine Hayles (2009), Henry Jenkins (2008), dentre outros.

Palavras-chave: Literatura de Entretenimento. Ciberespaço. Indústria do livro. Influenciadores Digitais.

ABSTRACT

In LITERATURE OF ENTERTAINMENT: the performance of bloggers and youtubers in cyberspace and the book industry in Brazil intend to understand this new dynamic assumed by the Brazilian publishing market, as well as the participation of young "digital influencers" in the book market. The present research considers the work of bloggers and youtubers in cyberspace through their social networks and, in parallel with this, the entrance of these internauts into the universe of Entertainment Literature, filling a market niche lacking in publications, that of the adolescent consumer, with the publishing their own books, which contributes significantly to the achievement of the investment in the materiality of digital content. And also the relationship between followers / readers who start to consume more and more everything that is published by their "internet idols", which on the other hand stimulates the practice of reading. The purpose of this investigation is therefore to propose reflections on this new movement of printed textual production by young youtubers and bloggers and, in addition, to delve through the cibercaminhos to understand the transfigurations by which the industry of the printed book is passing in times of society digital. In order to reach the objectives proposed in this research, we decided to make as a methodological resource a bibliographical research (qualitative and quantitative) of printed books published by young digital influencers between January 2012 and December 2018, during which time we verified the publication of one hundred and fifty and nine books. The theoretical contribution of the research is focused on Giorgio Agamben (2009), Zigmunt Bauman (2001), Manuel Castells (2001), Nicholas Carr (2011), Roger Chartier (1999), Tom Chatfield (2012), Pierre Lévy (2010), Perrone-Moisés (2016), Katherine Hayles (2009), Henry Jenkins (2008), among others.

Keywords: Entertainment Literature. Cyberspace. Book industry. Digital Influencers.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Dados de pesquisa sobre oYoutube.....	46
Gráfico 1 –	Publicações em selos de grandes editoras.....	65
Gráfico 2 –	Publicações em <i>selos</i> de pequenas editoras.....	66
Gráfico 3 –	Publicações em pequenas editoras.....	66
Figura 2 –	Páginas do livro <i>Diário de um adolescente Apaixonado do youtuber</i> Rafael Moreira	77
Figura 3 –	Páginas do livro da <i>youTuber</i> Evelyn Regly.....	78
Figura 4 –	Páginas do livro da <i>youtuber</i> Taciele Alcolea.....	79
Figura 5 –	Páginas do livro do <i>youtuber</i> Christian Figueiredo.....	80

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1 O MUNDO NO PAPEL.....	16
1.1 Não faz sentido: investimento na materialidade dos livros?.....	22
2 O SÉCULO XXI: SOCIEDADE E CULTURA CONTEMPORÂNEAS...	28
2.1 A sociedade em rede e a cibercultura.....	29
2.1.1 Ciberespaço: impactos culturais e estéticos.....	31
2.1.2 Jovens, redes sociais e cultura de massa.....	33
2.1.3 Caiu na rede. E agora?	43
2.2 Blogs.....	43
2.3 Youtube.....	46
2.3.1 Compartilhando ideias e conteúdos.....	49
2.3.2 Jovens youtubers e blogueiros ultrapassando a esfera <i>online</i>	51
2.3.3 Geração youtuber: outras possibilidades.....	52
2.3.4 Nada é por acaso no mercado da internet.....	57
3 YOUTUBERS E BLOGUEIROS NAS PRATELEIRAS DAS LIVRARIAS: UM MAPEAMENTO.....	63
3.1 Quando tudo começou a mudar.....	63
3.2 A indústria do livro no Brasil: uma nova dinâmica.....	65
3.2.1 Editoras e seus selos.....	66
3.2.2 Os livros escritos por jovens influenciadores digitais.....	68
3.2.3 Os livros e suas fichas catalográficas.....	68
3.2.4 Em busca de uma literatura legitimada.....	71
3.2.5 Livros interativos.....	72
3.2.6 Livros para colorir.....	73
3.2.7 HQ e graphics novels.....	73
3.2.8 Manuais e tutoriais.....	74
3.2.9 Ficção.....	75
3.2.10 Poesia.....	76
3.2.11 Crônicas.....	76
3.2.12 Autobiografia.....	77

4	ESTANTES LÍQUIDAS: COMPREENDENDO AS TRANSFORMAÇÕES NA INDÚSTRIA E NA PRODUÇÃO DO LIVRO NO BRASIL.....	84
4.1	A literatura na sociedade do consumo.....	84
4.2	Literatura para o jovem nativo digital, devir.....	94
4.2.1	Novos horizontes.....	95
4.2.2	Outras perspectivas.....	100
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	109
	REFERÊNCIAS.....	112
	ANEXO A – LEVANTAMENTO DE LIVROS PUBLICADOS POR JOVENS YOUTUBERS E BLOGUEIROS ENTRE OS ANOS DE 2012 E 2018.....	118

INTRODUÇÃO

Na vida compreendida como tecido, um entrelaçamento de linhas diversas, a leitura não deveria ser nada menos do que uma paixão permanentemente exercida, aquela que nos afivela a um estado de constante relação com quem somos e com o mundo como o vemos.

(ARANTES, 2017)

Chegamos aos anos 2000, um período em que as inovações tecnológicas não param de nos surpreender. Saímos de um mundo totalmente analógico, até meados da década de 1990, para um digital. O ritmo com que essas mudanças aconteceram é também sem precedentes. Em mais ou menos duas décadas, fomos da abertura da internet para o público em geral à marca de mais de 4 bilhões de pessoas conectadas à rede, enquanto as estimativas mais recentes apontam para uma população global de 7,6 bilhões de seres humanos.¹

Podemos dizer que a internet além de ter reconfigurado os espaços discursivos, provocou alterações significativas nas práticas da leitura e da escrita. O fluxo ininterrupto de informações fez com que a internet se tornasse um meio rápido e eficaz de acesso à produção intelectual. É inegável, portanto, o fato de que, até meados do século passado, a produção do conhecimento acontecia de maneira mais lenta e, sobretudo, de forma elitista, sempre vinculada a esferas fechadas e localizadas. Entretanto, à medida que o acesso à rede cresce e se populariza, esse círculo vai sendo rompido.

Porém, não é somente quanto ao acesso à informação que mudanças significativas têm acontecido, já que hoje existem, no mundo virtual, novos espaços de escrita que mobilizam milhares de pessoas, fazendo com que sejam abertas diferentes possibilidades de trocas de informação e de interlocução jamais pensadas, que ultrapassam as barreiras presentes no mundo físico. São formas de sociabilização que acontecem nos Blogs, Facebook, canais do YouTuber, entre outros, em que a leitura e a escrita são redimensionadas e transformadas, a cada novo espaço de interlocução que surge na rede.

Ainda assim, a internet é considerada, predominantemente, como uma mídia voltada mais para o comércio eletrônico e para o entretenimento, sendo que as atividades mais

¹ Dados pesquisados em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/126654-4-bilhoes-pessoas-usam-internet-no-mundo.htm>. Acesso em: 10 nov.2018.

comuns de seus usuários se concentram na comunicação eletrônica e na navegação, entendida como o surfar, sem uma indicação exata de que a procura tenha como finalidade a pesquisa propriamente dita.

Por outro lado, tem existido um crescimento quanto à participação em comunidades virtuais, o que nos leva também a refletir quanto às práticas de escrita que ocorrem nesses locais. Se, no início, a publicação de textos na rede era restrita àqueles que conheciam a linguagem da internet, hoje existem ferramentas de escrita digital que oportunizam a qualquer pessoa produzir seus textos na rede.

Nesse contexto de grandes transformações, existem aqueles que veem a internet como um espaço democrático de construção de saberes; enquanto outros creem que ela leva ao isolacionismo ou à perda de identidade, provocando ainda desigualdades mais profundas entre os que têm acesso a ela e entre os que não têm.

McLuhan (1972, p. 59), na década de setenta, dizia que o mundo, “ao invés de se transformar numa vasta biblioteca alexandrina, converteu-se num computador, num cérebro eletrônico”. Esse autor, então, já naquela época, prenunciava a possível interdependência que a virtualidade causaria e o perigo da perda da individualidade e da privacidade, sugerindo também a possível existência futura de um *big brother* mundial.

Na realidade, em todos os momentos da história da humanidade, toda revolução causou choque e ruptura, expectativa e resistência. Quanto a isso, McLuhan (1972) acredita que existe sempre um processo de incorporação gradual pelas novas comunidades, que vão aceitando paulatinamente as transformações até chegar a uma fase de ajustamento. Entretanto, o que acontece, na atual sociedade, é que a velocidade das transformações faz com que, muitas vezes, não tenhamos tempo, entre uma etapa e outra, para incorporá-las.

Assim, novas formas de produzir, organizar e acessar a informação em meio eletrônico desfazem a fixidez de papéis, fichas e arquivos, inserindo os indivíduos numa nova realidade que se dá por meio de conexões que refletem a própria forma humana de pensar. Podemos, então, entender o atual contexto como uma revolução informacional, um engendramento de transformações mais radical do que outras que aconteceram em épocas anteriores, como destacam várias pesquisas sobre revoluções tecnológicas.

Diante de tantas transformações, várias indagações em relação às muitas possibilidades do mundo virtual passaram a nos inquietar, como por exemplo: os dispositivos eletrônicos e a internet significariam, enfim, o fim do livro impresso? Seria este também o fim do leitor tradicional? Quais rumos a indústria do livro tomaria frente a essa realidade?

Os dados obtidos nesta pesquisa nos mostraram que, na verdade, as novas ferramentas eletrônicas e a internet não enterraram o livro impresso, menos ainda o leitor, e que a indústria do livro se reinventou. É importante destacarmos que, atualmente, muitos dos livros que são lançados no mercado são provenientes da adaptação de conteúdos produzidos, principalmente, em meio virtual e dedicados àqueles que o acessam. Há, portanto, uma forte tendência de investimento na materialidade dos produtos textuais e audiovisuais disponibilizados em redes sociais, especialmente *blogs* e canais do *YouTube* dedicados aos jovens.

Dessa forma, com base nas evidentes mudanças experienciadas no mercado editorial brasileiro, pretendemos, a partir deste estudo, fomentar reflexões não apenas sobre as obras assinadas por jovens influenciadores digitais, mas também sobre a banalização do livro enquanto um bem de consumo e, também, sobre a possibilidade de recepção e encontro entre pares através da leitura e da escrita. Jovens que antes somente surfavam na internet, agora também migram para as páginas dos livros como escritores e leitores, jogando por terra as previsões mais pessimistas sobre a era digital.

Tendo em vista os estudos e análises feitas até o presente momento, justificamos o desenvolvimento desta pesquisa no fato de que é importante compreendermos a dinâmica atual das produções livrescas no contexto brasileiro e, consequentemente, as novas e diferentes perspectivas para as produções escritas que são produzidas, comercializadas e consumidas nesse novo contexto social.

Portanto, além de recorrermos à revisão bibliográfica relativa à temática escolhida como objeto de estudo, agregando às discussões diferentes aportes teóricos – Mário Vargas Llosa (2013), Zygmunt Bauman (2001/2008/2013), Tânia Pellegrini (1997/2017), Marc Prensky (2001), Pierre Lévy (2010/2011), entre outros – optamos por confeccionar, como recurso metodológico, uma pesquisa bibliográfica – qualitativo/quantitativo. Para tanto, utilizamos a plataforma digital Social Blade², que é atualmente um dos sites mais importantes para mensuração e análise de estatística de canais do Youtube e demais redes sociais. Fizemos um levantamento dos principais canais de youtubers jovens para a nossa pesquisa. Os critérios utilizados foram feitos através da classificação do canal, de acordo com o número de inscritos e de visualizações que os canais de jovens youtubers apresentaram, dentro do ranking dos 250 canais mais populares do Brasil em 2016. Esse mapeamento pode ser analisado conforme mostra o quadro abaixo

² Social Blade: Site americano criado em 2008 que faz a análise dos dados e consegue informar estimativas das projeções de diferentes redes sociais em todo o mundo.

Quadro 1 – Ranking dos 250 canais mais populares do Brasil em de 2016.

Ranking	Usuário	Inscritos	Visualizações
1	Porta dos Fundos	11.846.990	2,448,152,252
2	Whinderssonnunes	8.482.939	599,244,377
3	Sincominutos	8.410.311	688,717,098
4	Galo Frito	8.104.381	1,033,998,157
5	Parafernálha	8.088.628	1,152,250,603
6	Canal Canalha	7.269.807	438,486,016
7	Rezendeevil	6.811.174	2,272,847,148
8	Manual do Mundo	5.806.174	971,584,939
9	Eu Fico Loko	5.390.263	360,561,047
10	TazerCraft	5.298.126	1,822,415,491

Fonte: Fonte: adaptado de SocialBlade³.

Utilizamos também os dados da pesquisa intitulada - “*Os novos influenciadores: quem brilha na tela dos jovens brasileiros*” realizada pela revista Meio & Mensagem⁴ que apontou os youtubers mais influentes do Brasil, conforme quadro a seguir:

Quadro 2 – Youtubers mais influentes do Brasil.

Posição no ranking	Youtuber	Canal	Conteúdo
5	Leon e Nilce	Coisadenerd	Variedade
6	Kéfera Buchmann	SincoMinutos	Humor
7	Iberê Thenório	Manual do Mundo	Variedade
9	Felipe Castanhari	Canal Nostalgia	Variedade
10	Felipe Neto	Felipe Neto	Humor
11	Christian Figueiredo	Eu Fico Loko	Humor
16	Gustavo Stockler	Nomegusta	Humor
18	Taciele Alcolea	Taciele Alcolea	Moda e Beleza
19	Edu Benvenuti	BRKsEDU	Games
20	Camila Coelho	Camila Coelho	Moda e Beleza

Fonte: Adaptado de Meio&Mensagem⁵.

A partir do mapeamento dos canais de youtubers de maior relevância destinados ao público adolescente, realizamos, em seguida, uma pesquisa nos sites das editoras nacionais em busca das obras escritas e publicadas por essas celebridades digitais, como mostra o anexo desse trabalho.

De forma a cumprir o nosso propósito, elaboramos um breve resumo de informações a

³SocialBlade. Disponível em: <http://socialblade.com/youtube/top/country/br/mostsubscribed>. Acesso em: 10 maio 2016.

⁴ Meio&Mensagem. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/01/11/os-mais-influentes-entrejovens-do-brasil.html>. Acesso em: 10 maio 2016.

⁵ Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/01/11/os-mais-influentes-entrejovens-do-brasil.html>. Acesso em: 10 maio 2016.

serem vislumbradas nos capítulos apresentados adiante.

No capítulo 1 – **O mundo no papel** – propomos uma rápida contextualização histórica das transformações nos processos de legitimação pelos quais passaram o livro e, consequentemente, a literatura ao longo dos séculos, considerando particularmente a materialidade dos textos, desde os manuscritos até o texto eletrônico, sem contudo nos atermos a detalhes técnicos.

No segundo capítulo, são apresentados aspectos relevantes a respeito do surgimento e da difusão das novas tecnologias, passando pelos computadores e ferramentas eletrônicas, além das concepções sobre cibercultura e ciberespaço. Também realizamos uma análise teórica e crítica acerca do nascimento e da imersão de jovens na era digital, assim como o uso das novas tecnologias por estes indivíduos e o acolhimento deste movimento pelo sistema cultural de massa, com foco no entretenimento e nas relações de consumo do mundo contemporâneo.

Em ***Youtubers e blogueiros nas prateleiras das livrarias: um mapeamento***, discutiremos sobre a entrada de jovens criadores de conteúdo digital na indústria no livro impresso e os impactos no mercado editorial brasileiro.

Já no quarto capítulo, trazemos à luz discussão a respeito do livro impresso, entendido enquanto objeto de consumo. Também empreendemos uma exploração técnica a respeito da literatura, do livro e da leitura para o jovem nativo digital, dando, neste sentido, o adequado destaque às novas e diferentes perspectivas e vislumbres que então passam a circundar o mercado do livro impresso no Brasil.

Dessa maneira, e já devidamente contextualizada, a presente pesquisa nasce como um convite a uma imersão nessa nova realidade de tempos líquidos e leves, como diria Bauman (2001). Exageradamente midiático, de banalização, de consumismo desenfreado, do entretenimento, do cânone e da sua relativização, das telas dos smartphones e também dos livros impressos.

1 O MUNDO NO PAPEL

O livro, como qualquer outra tecnologia, buscou responder a certas demandas, consolidou determinadas propriedades textuais e paratextuais, prestou-se a certos usos. Conhecê-lo nos ajudará a prosseguir a história e a entender com mais clareza o que se modifica com textos, autores e leitores quando os livros disputam com outras mídias a missão de veicular produtos culturais e quando as palavras encontram no ciberespaço uma nova morada.

Nesse sentido, propomos aqui uma rápida contextualização histórica das transformações nos processos de legitimação pelos quais passaram o livro e, consequentemente, a literatura ao longo dos séculos, considerando particularmente a materialidade dos textos, desde os manuscritos até o texto eletrônico. Vamos, então, ao início dessa história.

No século XV, a invenção do texto impresso por Gutenberg como um novo método de reprodução de manuscritos foi o primeiro grande evento que permitiu uma difusão ampliada da produção escrita. A prensa provocou uma revolução tanto na prática quanto no comportamento, uma vez que o aumento expressivo de publicações desafiou como jamais visto a capacidade de recepção dos leitores. O que o texto impresso proporcionou naquela época em que as limitações práticas eram muitas foi um aumento exponencial da distribuição de escritos de diferentes temas e interesses, ao disponibilizar para a comercialização impressos sem demanda anterior. O profissional gráfico, então, transformou-se em uma espécie de livreiro operacional que vendia, mas não era capaz de distinguir a legitimidade dos textos.

Segundo Manguel (2004), foi a partir do final do século XV que os textos começaram a passar por uma “avaliação crítica”, um ato legitimador que distinguiu os escritos e assinalava sua legibilidade, através de regras previamente estabelecidas,. Como mediadora de textos, essa avaliação tinha como objetivo primeiro destacar aquilo que mereceria a atenção dos leitores, criando critérios e filtros de distinção das produções para repassar, assim, ao público (culto, principalmente), uma espécie de conferência prévia de leitura. Em sua origem, os critérios de avaliação crítica são aqueles que os diferenciavam.⁶

Mais tarde, no século XVIII, resultante das atividades críticas de leitura, a criação das bibliotecas, dos clubes do livro e das sociedades de leitura reuniam um acervo

⁶Ainda de forma normativa, nesse contexto inicial, (SOUZA, 2007).

cuidadosamente selecionado a partir da grande produção editorial. Nesses locais estavam previstas determinadas posturas frente aos livros, separando fisicamente o local de leitura do local de diversão. Já no século XIX, a tríade biblioteca, escola e Igreja entra para regular o que devia ser produzido, impondo através de seu discurso as leituras entendidas como legítimas, conseguindo, dessa maneira, um controle, mesmo que parcial, sobre os leitores.

Quando, entretanto, a prática da leitura deixa os ambientes coletivos fechados, onde é necessário fazer silêncio e respeitar as normas pré-estabelecidas de comportamento, e vai para as salas das casas, parques ou praças, onde se podia ler em voz alta, deitar-se com o livro, dobrá-lo, enfim, tê-lo como posse íntima, a relação com a leitura se amplia de uma tradição estudiosa para uma tradição pública (CHARTIER, 1999, p.121). A biblioteca pública, segundo entende Chartier (1999) em sua origem estadunidense, seria uma força da cultura comunitária, cujo acervo é formado por indivíduos que se reúnem para selecionar e priorizar títulos - algo que para o autor foi mais bem sucedido nos Estados Unidos por causa da cultura comunitária do protestantismo que beneficiaria a formação de *book clubs* e sociedades de leitura, o que não acontecia na França, por exemplo, onde as estruturas sociais mais hierarquizadas dificultavam a ordenação comunitária de desejos. Chartier também considera uma inspiração útil analisar a leitura pública estimuladas pelas bibliotecas móveis pós-Primeira Guerra Mundial, bibliotecas em ônibus circulantes nos bairros, e empresas, se não pelos resultados objetivos, pois não é suficiente dar acesso aos livros, ao menos por seu espírito de reaproximar o corpo do livro aos corpos dos leitores em trânsito (CHARTIER, 1999, p.123).

Mesmo que tenha um caráter público, qualquer acervo pré-escolhido supõe-se que tenha havido a interferência de algum ou de vários agentes capazes de formar uma coleção de livros, como por exemplo as bibliotecas comunitárias, uma coleção que representa o pensamento geral utilizado em um contexto determinado, definido por leitores.

Atualmente, o crítico, compreendido como toda pessoa ou instituição que exerça nível de seletividade a partir de critérios rígidos, não está mais sozinho na função de análise da produção literária ou artística. Principalmente a tecnologia digital, mas não só ela, contribuiu de maneira bastante significativa para a descentralização do crítico, ou da figura do *expert*, como único referencial de legitimidade da produção da artística. Como já comentamos, uma campanha nas redes sociais pode aumentar exponencialmente o interesse de público por um evento de arte, por um filme, um fato ou mesmo por alguém, o contrário também é possível. Esta mudança também se aplica diretamente ao objeto livro, da mesma forma como ao texto

eletrônico. Nos ambientes virtuais, livros podem ser indicados ou escolhidos por amigos das redes sociais, por canais de relatos como o *booktubing* ou até mesmo por sites de venda de livro que a todo instante rastreiam hábitos de compra e enviam sugestões de títulos aos internautas.

Desta forma, o texto eletrônico, hoje, não precisa passar pelas mãos de um editor, ou ser aprovado por uma editoria, menos ainda depende da distribuição da livraria virtual, diferencian-se drasticamente do processo de legitimação pelo qual passou o livro impresso no seu início. Com a tecnologia digital, a publicação de acordo com os tradicionais critérios não é mais uma etapa essencial para que um texto circule – as redes sociais e sites pessoais se encarregam de autopublicá-los. Assim, tanto para o livro físico quanto para os textos eletrônicos, a circulação digital traz não apenas mudanças estruturais para os processos de legitimação (implicando repensar o papel do crítico), mas também uma nova percepção sobre *como* se lê e se produz literatura no século XXI.

O papel do crítico é ao mesmo tempo reduzido e ampliado. Ampliado na medida em que todo mundo pode tornar-se crítico. Este foi o sonho das Luzes [...] por que todo leitor não poderia ser considerado capaz de criticar as obras, fora das instituições oficiais, das academias, dos sábios? É a querela dos Antigos e dos Modernos, na França, no fim do século XVII, que faz nascer a ideia segundo a qual cada leitor dispõe de uma legitimidade própria, do direito a um julgamento pessoal (CHARTIER, 1999, p.17)

No século XVIII, o poder que se deseja dar ao leitor comum estava alicerçado em uma proposta de um letramento amplo, de que o conhecimento dividido em maior escala criaria indivíduos de pensamento crítico que, por deter seu próprio conhecimento seriam capazes de agir como avaliadores qualitativos das produções escritas textos, uma nova atitude política e crítica da vida em particular.

No entanto, historicamente, se a proposta de um amplo conhecimento e acessível a todos naufraga em conceito e proporção, ainda assim maneiras de manifestação do leitor se firmaram por meio, por exemplo, das “cartas do leitor” mandadas aos jornais e periódicos com reclamações e/ou sugestões sobre os conteúdos publicados⁷, um indício, portanto, da prática leitora que começava atingir a sociedade.

Com a chegada no século XXI da tecnologia digital, os parâmetros de seleção e críticos dos leitores comuns em relação aos textos, aqui entendidos em seu espectro mais

⁷ Chartier (1998, p.17) menciona o caso do periódico francês “Le Marceure Galant”, fundado em 1672, que já então levava em grande conta as cartas recebidas de leitores com comentários sobre os textos veiculados.

amplo, são marcados por mediações virtuais nas quais circulam, em grande escala, o subjetivo e o não especializado. Para Chartier, a história costuma comprovar que a inventividade no relacionamento com os textos surge para ir além das limitações, mesmo que a liberdade interpretativa ainda permaneça restrita. Segundo o autor, para se entender as práticas de leitura nos contextos históricos,

[...] deve-se considerar o conjunto dos condicionamentos que derivam das formas particulares nas quais o texto é posto diante do olhar, da leitura ou da audição, ou das competências, convenções, códigos próprios à comunidade à qual pertence cada espectador ou cada leitor singular (CHARTIER, 1999, p.19).

Chartier (1999) ressalta também que outras revoluções, antes mesmo da internet, atingiram a produção do livro e os métodos de leitura, sempre implicando uma relativização para os diagnósticos mais apocalípticos, como aquele que foi dado para o livro de bolso, por exemplo, quando em seu lançamento pelas editoras levantou uma grande reação defensiva por parte dos que tinham receio que o formato tornasse homogênia as diferentes classes de leitores e categorias de leitura, uma vez que tornava o objeto livro mais barato, logo, mais acessível a um número maior de pessoas.

Dentro deste cenário, a figura do editor, que antes era de fundamental importância para assegurar formatos e critérios de distribuição, também se transforma drasticamente ao longo da história do livro. Editoras que tinham caráter familiar, conduzidas de geração em geração por uma figura, sempre masculina, eram vistas como verdadeiras “casas editoriais” e mantinham uma relação bastante próxima com seus autores, sendo seus interlocutores tanto das produções quanto de suas trajetórias literárias. O nome do editor/editora na capa dos livros, no caso de escritores iniciantes, ajudava a construir, inclusive, o nome do próprio autor, uma demonstração clara de forte legitimidade.

Hoje, no mundo virtual, os editores têm seu papel modificado, não porque perderam em definitivo a função de distinguir bons textos, mas, sobretudo, por não serem quantitativamente capazes de dar conta das milhares de publicações que se colocam à disposição dos leitores simultaneamente. As grandes editoras brasileiras deste século chegam a lançar trinta, quarenta títulos todos os meses, um cenário em que é necessário fragmentar a figura do editor em assistentes de edição, reduzindo e por muitas vezes extinguindo totalmente a interlocução com os autores sobre seus textos. Assim, muitos dos lançamentos passam a seguir critérios puramente comerciais, a necessidade dos *best-sellers*.

Dessa forma, o que os canais de relatos sobre livros oferecem publicamente, neste

momento de excesso de publicações, são duas possibilidades: a seletividade coletivizada, como em algumas redes sociais em que os relatos sobre leituras operam por “efeito maioria” como, por exemplo, o *Skoob*, e a propaganda de leitores comuns com discernimentos e legitimidade múltiplas (como no *booktubing*). No segundo cenário, amadores e de postura popular, cada vez mais se firmam como influenciadoras da leitura, principalmente entre os mais jovens.

Se historicamente o papel de mediação fica restrito a certas pessoas ou grupos de “saber” e especialização, aqueles que falam *como* se deve enfrentar a leitura e *o que* se deve extrair dela, a leitura feita por “amadores” demonstra que o sabor também é, sim, um forte mediador.

[...] O leitor como mediador, neste caso, convida a ler com a disposição do prazer divertido, como se dissesse “Eu me diverti lendo tal livro, você também pode se divertir”; um leitor que sabe, portanto, ler se entregando ao tempo de um divertimento, e disposto, sobretudo, a demonstrar isso para uma expressiva audiência, agindo como um narrador de entradas, indicador de percursos abertos. Nesse sentido, sua mediação está sempre vestida de espantoso otimismo, tomando o tempo investido nos livros como aquele que não se quereria empregar em nenhuma atividade alternativa (independentemente da leitura ser experimentada como boa ou má, o relato em si é o próprio testemunho do otimismo, do valor de um compromisso com a leitura) [...] (ARANTES, 2017, p. 66).

Não por acaso que o mercado denominou estes jovens leitores de “influenciadores digitais”. Influenciam tanto o consumo, quanto o comportamento, dentro e fora do mundo virtual. É o caso de Julia Tolezano, conhecida como a *Jout Jout*⁸, uma jovem *youtuber* da cidade de Niterói que alcançou grande popularidade ao fazer vídeos em que expressa o seu ponto de vista sobre comportamento, feminismo e relacionamentos. Seu canal foi criado em maio de 2014, tem atualmente tem mais de 2 milhões de inscritos. Seu grande sucesso no universo virtual fez com que ela ganhasse um espaço de colunista na revista *Cosmopolitan*⁹, onde ela publica versões de seus relatos em textos, mantendo a mesma linguagem do seu canal no Youtube. Em 2016, a Companhia das Letras lançou o primeiro livro de Julia, *Tá todo mundo mal*¹⁰, em um momento em que os chamados “livros de youtubers” encabeçavam a lista dos mais vendidos.

Nesta esteira, o também *youtuber* Marco Túlio teve seu conteúdo transposto para livro. O canal do adolescente foi criado em 2011 para abrigar gravações em que ele narra partidas

⁸<https://www.youtube.com/user/joutjoutprazer>.

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=4mVBjqQcF1c>.

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=XWjtFhkgTHw>.

do jogo digital Minecraft. Marco criou um personagem no jogo e, com ele, cria suas histórias que mobilizam quase 16 milhões de inscritos e conta com mais de 1 bilhão de visualizações acumuladas. O livro do *youtuber* é uma autobiografia, *Authenticgames - Vivendo Uma Vida Autêntica*.

A abertura do mercado editorial para narrativas amadoras, de complicada classificação entre os gêneros literários tradicionais, é reflexo de uma inevitável demanda comercial. Os livros das celebridades digitais representam uma tentativa dos setores tradicionais de legitimação, como o editorial, de se adequarem ao apelo dos conteúdos surgidos em sistemas de relato. Fica, portanto, evidente, um esforço para tentar entender esse fenômeno digital ao tentar transformá-lo em um produto, a partir de uma interessante dinâmica inversa, do digital para o físico.

Entretanto, as editoras se mostram um pouco confusas e, não são apenas elas, ao lidarem com esse escritor-leitor-espectador-internauta que simboliza toda uma geração de consumidores com as mesmas características de comportamento. Os projetos que migram do universo virtual para o livro físico são, a princípio, projetos que colocam em primeiro lugar a figura carismática desses jovens internautas e sua enorme capacidade de mobilização da audiência, uma oportunidade para se criar títulos de *best-seller*.

Se pensarmos, por um lado, não muito crítico, que iniciativas como essa poderiam ser estratégias adaptadas do atual contexto para aproximar jovens do objeto livro, uma vez que, ao fim e ao cabo, esses milhares de leitores que os compram seriam levados ao contato com o texto escrito, mas por outro lado, crítico e realista, compreendemos que a intensidade da leitura de textos literários, aquela que não só decifra, mas ressignifica o texto, exigiria, necessariamente, processos de indagação, criatividade e protagonismo para o leitor talvez ausentes neste tipo específico de produção comercial. Evidentemente, isso não é uma sentença para aos bons livros de entretenimento, companhias apreciadas para o despertar e renovar o sabor por leitura leve.

O mais interessante é que contra todas as previsões mais apocalípticas, presenciamos, atualmente, não o retorno, até por que a produção de livros impressos nunca foi suspensa, mesmo com o surgimento dos *e-books* e das especulações ligadas ao desaparecimento do livro em sua forma tradicional, mas sim um crescente investimento, por parte das editoras, na manufatura de publicações impressas, especialmente aquelas produzidas por jovens internautas. Como podemos constatar a seguir.

1.1 Não faz sentido: investimento na materialidade dos livros?

“[...] os papéis estão descartados diante da magia dos monitores e do ambiente digital? [...]”

(RAMAL, 2002, p. 147).

A indagação da professora Andrea Ramal, autora do livro *Educação na cibercultura: hipertextualidade, leitura, escrita e aprendizagem* (2002), é provocadora, tendo em vista a trajetória evolucionária percorrida pelo suporte livro e, principalmente, os anseios que circundaram o futuro, até então incerto, das tradicionais obras impressas.

Questionamentos desta natureza tendem a se tornar comuns com o passar do tempo. Em quaisquer que sejam as áreas do conhecimento ou da cultura, sempre nos perguntamos se determinado elemento irá sobreviver a outro específico recém-criado.

Falar sobre o desaparecimento do livro é quase uma obsessão para algumas pessoas, mesmo passados mais de 10 anos quando discutíamos sobre a grande ameaça ao livro impresso que conquistava espaços nas prateleiras de produtos eletrônicos, os *e-readers*, como o *kindle* por exemplo. Muitos ainda hoje se perguntam: estamos caminhando em direção ao fim do livro impresso? A resposta vem tão rápido quanto uma busca no *google*, “não”. Isto porque o livro é aquele tipo de produto que, uma vez inventado é difícil de ser substituído. Pode ser melhorado, é claro, mas a sua essência permanece. E a prova disso é que mesmo com o avanço das tecnologias de leitura digital, as editoras têm investido na impressão de livros físicos. Os leitores digitais, portanto, não enterraram o livro impresso, pelo menos até agora, assim como a televisão não fez com o rádio ou como a fotografia fez com a pintura. No final, tudo leva para uma coexistência de formatos e não para uma substituição pura e simples.

A esse respeito Barbier (2008, p. 459) afirma que “[...] apesar das aparências, o livro eletrônico é uma mídia provavelmente menos competitiva em relação ao sistema-livro tradicional [...]” Por sua vez, Perrone-Moisés (2016) corrobora com este historiador, pois assim como ele, acredita que os livros de papel, admitidos até final do século passado como objetos antiquados, têm resistido à concorrência surgida a partir da evolução das tecnologias da comunicação, e ao mesmo tempo, foram gradativamente favorecidos por elas, mais especificamente em relação aos seus processos de produção e distribuição. Como destaca a autora, este fato também fez com que os livros se tornassem, entre os inúmeros objetos

comercializados no *e-commerce*¹¹, os mais procurados e pedidos pelos internautas. Afinal, estes livros digitais, que teoricamente deveriam ter substituído os tradicionais livros impressos, não conseguiram obter o êxito como seus idealizadores previram, perdendo seu espaço em benefício das páginas de papel (PERRONE-MOISÉS, 2016). Talvez porque ler livros físicos é diferente. Nós nos orgulhamos em tê-los em nossas estantes, em vê-los; em guardá-los e em colecioná-los. Ler um livro físico é diferente de ler um e-book. A sensação física ao manusear as páginas é diferente. O cheiro é diferente. As lembranças de ter lido são diferentes. Sentimos fisicamente o peso do que lemos, e, por fim, podemos fechá-lo e ouvir aquele barulho gratificante do encerramento de uma leitura.

Esbarramos, assim, mais uma vez no tema central desta pesquisa. Fundamentando-nos em mapeamento confeccionado¹², atestamos que há sim uma significativa produção impressa de livros de autoria de jovens internautas voltada para seus, igualmente, jovens seguidores e leitores. Mencionar este fenômeno que atualmente acontece no mercado editorial e tanto nos alerta, faz-se necessário, uma vez que contraria aquilo que até então se esperava, confirmando o bem-sucedido investimento na materialidade dos livros em um momento histórico no qual predomina o digital.

Dentro desse contexto, destacamos, ainda, o fato de que foi o ciberespaço que trouxe consigo o caráter digital que atualmente pode ser assumido pelos registros escritos, um dos principais responsáveis por levarem os jovens a imergirem no universo da leitura e da escrita literárias ou não, cada qual à sua maneira: os administradores das redes sociais passam a atuar como escritores e autores de suas próprias produções.

Para Manguel (2004), o ato da leitura torna possível o estabelecimento de um relacionamento íntimo entre o leitor e o texto, uma relação que beira ao físico, explica o autor. Assim, cada um dos cinco sentidos tem algum tipo de participação na ação realizada pelo leitor. Os olhos orientam o sentido das palavras constantes nas páginas. Os ouvidos fazem ecoar os sons que são lidos. Já o nariz inala os odores que são familiares ao papel, à cola, à tinta, ao papelão, ao couro e a outros artigos usados na feitura dos livros e o tato sente as páginas, sejam elas de textura áspera ou suave, além da encadernação do livro. Por fim, o paladar ajuda o movimento das páginas, facilitando-o, já que é comum algumas pessoas recorrerem à língua para umedecer as pontas dos dedos. De acordo com o teórico, a maioria dos leitores não está disposta a deixar de lado ou compartilhar com outrem esta experiência

¹¹ Palavra usada para se referir às práticas de comércio realizadas via internet.

¹² Esclarecemos que pretendemos nos dedicar a este montante de dados no próximo capítulo, intitulado *YOUTUBERS E BLOGUEIROS NAS PRATELEIRAS DAS LIVRARIAS: UM MAPEAMENTO*.

que está atrelada aos momentos de leitura. O pesquisador também se dedica ao tema relativo à posse física dos livros. O “[...] sentimento de apreensão intelectual [...]” (MANGUEL, 2004, p. 179) acaba sendo a mais ampla descrição daquilo que experimentamos quando estamos diante de uma obra que nos pertence. Os sentimentos, entretanto, se confundem: os donos dos livros, ao apenas visualizarem quaisquer que sejam as obras, acreditam possuir toda o conhecimento oferecida por estas, não existindo, teoricamente, a necessidade de descobrir percursos outros, guiando-se atentamente por seus conteúdos.

De acordo com Manguel (2004), o livro enquanto suporte material provoca no público leitor uma angústia, um sentimento de posse em relação ao objeto literário, uma necessidade diferente de todas as outras já experienciadas. Lê-se melhor quando se é o dono do livro. Sobre isso, Manguel (2004) afirma que livro e leitor tornam-se, ao fim da leitura, um só elemento, fundamentando tal entendimento a partir da seguinte metáfora: “[...] o mundo que é um livro, é devorado por um leitor, que é uma letra no texto do mundo [...]” (MANGUEL, 2004, p. 127). É, então, esclarecida, a infinitude que delimita o ato da leitura: os leitores se constituem, segundo o autor, exatamente como aquilo que leem. Para Manguel (2004), ter um livro, independentemente de como possa ser difícil entendê-lo, permite ao seu dono, se assim quiser, retornar ao começo, lê-lo mais uma vez e compreender trechos diversos de seu conteúdo.

Carr (2011) dividindo um contexto de fala análogo ao de Manguel (2004), posiciona-se também em relação ao caráter sentimental que envolve os livros impressos. Para este pesquisador, não é exagerado dizer que as práticas de escrita e leitura de livros intensificaram e tornaram mais sofisticadas as experiências dos escritores e leitores com a vida, a natureza e os indivíduos com os quais se relacionam.

Chartier (1999) crê que a prática de colecionar livros, quase sempre se levando em consideração circunstâncias especiais vinculadas às suas publicações, atesta para além de sua falta de sensibilidade ante a revolução eletrônica, que os livros permanecem entidades vivas, passando de mão em mão, sendo exaustivamente colecionados. Perrone-Moisés (2016), a esse respeito, pontua como exemplo as demonstrações de culto ao objeto literário, especialmente por parte dos jovens. Nas fotos publicadas nos *posts* de seus *blogs* ou nos vídeos postados em seus canais do *Youtube*, este grupo de pessoas demonstra um forte apego ao suporte livro a partir da maneira como sempre se preocupam em mostrar aos seus seguidores que os têm próximos a si.

Neste campo, aqui nos remetemos à prática de *unboxings*, particularmente no caso de vídeos publicados no *Youtube*. Por meio deste mecanismo, os jovens youtubers gravam suas últimas compras de livros impressos, retirando-os de suas embalagens e fazendo comentários sobre suas primeiras impressões em relação aos produtos adquiridos ou recebidos. No caso específico dos livros, observamos que há um verdadeiro encantamento com suas capas; tipos de folhas; fontes; diagramações; a presença ou não de ilustrações ou anexos; enfim, aspectos qualitativos que individualizam o livro e cuja apreciação não requer a leitura ou a profunda imersão em seu conteúdo (CELESTE, 2017). Concomitante a este movimento, há ainda os *reviews*. A partir destes, os internautas administradores de canais permitem que seus seguidores conheçam o livro por dentro, página por página. Há, ainda, a prática de *bookshelf tour*, que nada mais é do que um rápido passeio realizado pelas estantes nas quais os youtubers guardam seus livros. A partir deste movimento, os seguidores podem indicar dados relacionados a cada uma das obras que ali se encontram alojadas, dissertando, neste ato, opiniões de teor negativo ou positivo em relação aos seus conteúdos. Assim, entendemos que estas ações contribuem também para a valorização do livro impresso na atualidade.

Contudo, não podemos deixar de destacar que tanto os *unboxings*, *reviews* quanto os *bookshelf tours* são também estratégias de *marketing* para a promoção e a publicidade dos produtos e das pessoas que os divulgam. A esse respeito, Perrone-Moisés (2016) ressalta que o julgamento dos livros não pode circundar apenas questões relacionadas ao gosto ou mesmo ter seus valores mensurados em termos de consumo, apoiando-se nos critérios de vendagem, por exemplo. Entretanto, reconhece que “[...] isso é particularmente importante no mundo atual, em que o valor de um indivíduo é medido pelo número de seus seguidores na internet, e o valor das coisas é identificado ao seu preço no comércio [...]” (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 37). Por outro lado, entende também que mesmo imersa na atual cultura, dominada por mercado que trata as obras de arte como produtos vendáveis, “[...] a literatura é, assim, um dos poucos exercícios de liberdade que ainda nos restam [...]” (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 37).

Alguns *booktubers* e *blogueiros* e *youtubers* literários fazem parcerias com livrarias *online* com o objetivo de conseguirem dar continuidade aos trabalhos realizados em suas redes sociais. Geralmente, apelam aos seguidores que comprem, nas livrarias especificadas, os livros impressos antes resenhados em seus canais. *Youtubers* como Isabella Lubrano do canal *Ler Antes de Morrer* e Tatiana Fletrin profissionalizam-se neste nicho, tornando-se referência para grandes empresas da área como a *Amazon*. Neste caso, semanalmente, as *youtubers*

publicam vídeos patrocinados pela empresa, abordando lançamentos e descontos, direcionando os seguidores às compras no website.

Também são bastante comuns os clubes de assinatura literária, entre os mais populares estão: TAG Experiências Literárias e Turista Literário. Estes clubes exaltam o objeto literário de diferentes formas, de acordo com aquilo que propõem: o primeiro traz aos assinantes livros indicados por intelectuais não necessariamente ligados ao universo literário. Na maioria das vezes, são obras clássicas conhecidas mundialmente de edições exclusivas. Além disso, presenteiam os seguidores/leitores não apenas com seu conteúdo, mas também com brindes relacionados ao tema de determinada leitura. Influenciadoras como Tatiana Feltrin e Isa Vichi, responsáveis pelos vídeos dos canais *Tiny Little Things* e *Lido Lendo*, respectivamente, são algumas das celebridades do mundo virtual responsáveis pela propaganda do produto. Já no segundo clube, especificamente dedicado a jovens leitores, idealizado pela booktuber Mayra Sigwalt, do canal *All About That Book* se dedica ao gênero literário *Young Adult* ou *YA*¹³. O Turista Literário se diferencia dos outros clubes literários porque mais do que oferecer resenhas de livros, oportuniza aos seus leitores assinantes fazerem uma viagem à atmosfera sugerida pelo conteúdo dos textos. Para que isso aconteça são oferecidos brindes sensoriais capazes de levar os leitores a determinados trechos das obras. Além de sortearem materiais exclusivos e personalizados todo mês, com base nas temáticas dos livros.

Atualmente, a valorização do suporte literário impresso também pode ser comprovada a partir dos altos investimentos realizados por algumas editoras brasileiras a respeito da publicação de livros dedicados ao público jovem com outras configurações. Como, por exemplo, a *Penguin*, que faz parte Companhia das Letras e editora livros da cultura clássica, e *Dark Side*, responsável por publicar produtos literários de terror e fantasia, lançam, ambas, livros cujas capas, diagramações assim como outros itens relacionados ao suporte costumam chamar a atenção dos leitores, oferecendo, consequentemente, materiais de leitura diferentes e

¹³ *Young Adult* pode ser traduzido para a Língua Portuguesa como Jovem Adulto. Este gênero literário abrange livros cujos temas dialogam com os interesses ligados à faixa etária que vai dos quinze aos vinte e cinco anos de idade: dramas reais envolvendo relacionamentos afetivos, conflitos entre amigos e familiares, doenças terminais e morte. Nas livrarias norte americanas, é comum haver setores especialmente dedicados a livros classificados como YA, entre ficção e não ficção. No âmbito internacional, uma das grandes precursoras do gênero na atualidade é a escritora norte-americana Stephenie Meyer, autora da saga *Crepúsculo* (Intrínseca, 2008), seguida de autoras como Cassandra Claire, responsável pela saga *Instrumentos mortais* (Record, 2010). Também é possível citarmos escritores como Stephen Chbosky, com *As vantagens de ser invisível* (Jovens Leitores, 2007), Jay Asher, com *Os treze porquês* (Ática, 2009) e John Green, com as obras *O teorema Katherine* (Intrínseca, 2013) e *Quem é você, Alasca?* (Intrínseca, 2015). Em território brasileiro, há alguns nomes expoentes do gênero, tais como Bianca Brionnes, com a saga *Batidas perdidas* (Verus, 2014) e FML Pepper, com a trilogia *Não Pare!* (Valentina, 2015).

de maior qualidade se comparados a outras.

É notório, portanto, como o processo de produção de livros impressos encontra-se diretamente relacionado à diversas esferas: desde questões próprias ao ser humano, como os gestos corporais realizados durante a prática de leitura ou os sentimentos que envolvem determinado livro ou um texto específico, às atividades executadas, no mundo virtual, impulsionadas pela popularidade atingida pelas publicações impressas. Em um tempo em que tudo é passageiro, incerto e alguns minutos é, ainda, o tempo que dura a fama, um vídeo do *Youtube* pode ser apagado, um *blog* deletado ou um ídolo esquecido, ter o livro impresso dá ao leitor um pouco mais de materialidade e segurança de que aquilo que ele viu, sentiu e aprendeu permanecerá indefinidamente.

2 O SÉCULO XXI: SOCIEDADE E CULTURA CONTEMPORÂNEAS

O século XXI trouxe consigo mudanças estruturais que transformaram nossas vidas: *smartphones* reúnem em um só aparelho todas as funções de um telefone celular tradicional e as facilidades de acesso à Internet. O envio de informações pelos correios, que levavam dias para chegar ao seu destinatário, foi substituído pelo envio por correio eletrônico (*e-mail*), *WhatsApp* e demais redes sociais. Trabalhos acadêmicos, reuniões, aulas, entre outras atividades, podem ser realizadas por videoconferência. Esta é a realidade do tempo em que vivemos. Tempo em que podemos aproveitar todas as ferramentas disponíveis da *sociedade em rede*.

Kenski (2007) ilustra de forma bastante precisa a evolução social do homem quando diz que esta se confunde com as tecnologias desenvolvidas e empregadas em cada época. Assim, para épocas diferentes da história da humanidade, percebemos avanços tecnológicos correspondentes. Por isso, compreendemos que é o avanço científico que permite o aumento do conhecimento sobre o uso dos recursos tecnológicos criados, favorecendo ainda a ressignificação da interação social e da mediação entre homem e máquina. Consequentemente, a sociedade que vivencia essas tecnologias é formada por características únicas, como o valor acrescido ao trabalho intelectual, à criatividade e à desterritorialização do espaço físico (LISBÔA; COUTINHO, 2012).

Vivemos tempos de transformações. Segundo Castells (2003), devido ao surgimento dos computadores e demais ferramentas de natureza eletrônica, além da Internet, “[...] uma nova estrutura social, a sociedade em rede, está se estabelecendo em todo o planeta, em formas diversas e com consequências demasiado diferentes para a vida das pessoas, segundo suas histórias, culturas e instituições [...]” (CASTELLS, 2003, p. 305).

Assim, o uso da Internet e de todas as ferramentas que a acompanham, principalmente aquelas relacionadas às tecnologias da informação e comunicação, em diferentes setores da sociedade, é um fenômeno crescente e, porque não dizer, irreversível. Viver em uma sociedade que se modifica muito rápido e onde, constantemente, o trânsito de informação assume um papel central, estimula também a desenvolver outras habilidades para lidar com tanta multiplicidade. É certo, contudo, que o mundo digital não significa, somente, um conjunto de dispositivos criados apenas para o lazer, mas é também um local em que entretenimento e trabalho se interligam, “[...] uma arena em que conciliamos [...] amizades,

notícias, negócios, compras, pesquisas, política, jogos, finanças [...]” (CHATFIELD, 2012, p. 9).

A partir destas constatações, buscaremos analisar melhor as manifestações de jovens internautas que usam suas redes sociais tanto para o lazer quanto para o trabalho. Dessa forma, para que possamos melhor compreendê-las, é importante, primeiro, entender o contexto no qual acontece a atual produção textual escrita de jovens celebridades digitais e para qual público suas publicações impressas são dirigidas, pois segundo Charvat (1993 apud ZILBERMAN, 2007), não podemos perder de vista que os dados relacionados à venda ou à recepção de livros quaisquer não se configuram como dados suficientemente interessantes a não ser que, por si só, sejam capazes de clarificar algo acerca da maneira por meio da qual operam os escritores, suas obras ou seus leitores.

Dessa forma, inicialmente trataremos de aspectos relacionados às tecnologias digitais da informação e comunicação e suas possibilidades, para gradativamente nos encaminharmos às discussões centrais desta pesquisa.

2.1 A sociedade em rede e a cibercultura

A Revolução Tecnológica torna-se uma questão de forte reflexão para pesquisadores das mais diferentes áreas. Além de abranger modificações tecnológicas que acontecem de maneira extremamente rápidas, apresenta um grupo de características bastante singulares que a eleva à condição de uma revolução em proporções ainda maiores do que a própria Revolução Industrial, isso devido, especialmente, à amplitude geográfica, à velocidade e à complexidade com que esse fenômeno ocorre. Além de trazer a informação como matéria-prima, essa revolução faz com que sua abrangência ocorra em várias áreas do conhecimento. É impossível negarmos que a informação esteja na base de todos os processos culturais humanos.

Porém, seguramente, os elementos centrais que envolvem essas transformações, desde o final do século XX, não se esgotam na área da cultura e também não nascem singularmente em seu berço. Entretanto, é na cultura que as modificações, todas elas, encontram-se e transformam-se em um item necessário de estudo.

As tecnologias digitais avançaram em direção ao século XXI aperfeiçoando e criando novas formas de comunicação que, consequentemente, transformaram muito a vida cotidiana das pessoas, inclusive os relacionamentos interpessoais. Castells (2003), por sua vez, entende

a criação e o desenvolvimento da internet como uma fantástica aventura empreendida por seres humanos, que faz surgir “a capacidade das pessoas para transcender as regras institucionais, superar as barreiras burocráticas e subverter os valores estabelecidos no processo de criação de um novo mundo” (CASTELLS, 2003, p. 23).

Lévy (2010), por outro lado, fazendo uma metáfora de um texto bíblico, anunciou que, na última década do século XX, houve um dilúvio de informações no qual seriam salvas não apenas uma arca, mas muitas e incontáveis embarcações cheias dos mais diferentes conteúdos. Para ele, tudo é necessário no século XXI, não há como separar e retirar algo que seja mais fundamental. Assim, estaria nascendo uma época mais democrática: a democracia da acessibilidade. Surge daí o termo cibercultura para denominar as inovações e mudanças culturais advindas da sociedade em rede, termo usado por Castells (1999) ao se referir ao conjunto de características da sociedade do século XXI.

Mas a que mudanças estamos realmente nos referindo quando falamos de Revolução Tecnológica da Informação? O que mudou? O mundo já viveu outras mudanças bruscas em diferentes séculos. É necessário, portanto, compreendermos o que está no centro da “Sociedade de Informação” para podermos entender de fato o que começou a acontecer a partir do final do século XX.

Castells (1999) esclarece que se quisermos entender o que diferencia esta das demais revoluções, é indispensável distinguiros, primeiro, o que é modo de produção do que venha a ser modo de desenvolvimento, pois o que estamos vendo acontecer na última década não é a troca do modo de produção capitalista, porque esse continua, com sua premissa de excedentes e lucros. Entretanto, agora, o capitalismo volta-se para a produção e troca de informações. Assim, de forma inédita, a força humana é uma força direta de produção e não somente um dispositivo de decisões.

As transformações decorrentes dos avanços da tecnologia da comunicação e informação ocorrem em um ritmo muito rápido e começam a modificar as bases da sociedade. Tudo ganha visibilidade. A rede é o lugar das possibilidades, o uso que se faz dela ainda está fora de controle. Por outro lado, a mídia ganha poder em proporções cada vez maiores. É comum vermos hoje sistemas políticos envoltos em crises de legitimidade sendo constantemente afetados por escândalos com dependência absoluta da mídia, como o que vimos em 2018 no Brasil. Também entram em crise os movimentos sociais, tornando-se breves e ineficientes, na maioria das vezes defendendo interesses individuais.

Assim, podemos dizer que a sociedade em rede é uma sociedade que vive tanto o lado

bom quanto os horrores do sistema capitalista. A leitura, então, democratiza-se sob o pretexto de inserir as pessoas na sociedade da informação. Todavia, torna-se cada vez mais pragmática, de maneira a obedecer à lei do consumo, instaurando, dessa forma, uma crise entre a sociedade em rede e o ser, porque na internet ao mesmo tempo em que conectam se desconectam pessoas em um fluxo constante de decisões estratégicas.

A cibercultura corresponde, assim, a uma expressão de vontades das pessoas que buscam construir laços sociais com base na existência de interesses comuns e na oferta de compartilhamento de saberes, o que as leva à promoção de aprendizagem de cunho cooperativo, usando para isso processos abertos de colaboração. É por isto, diz Lévy (2010), que as comunidades virtuais surgem desterritorializadas, de maneira livre e transversal. Ao falar sobre estes grupos, Lévy (2010) explica que “[...] as comunidades virtuais são os motores, os atores, a vida diversa e surpreendente do universal por contato [...]” (LÉVY, 2010, p. 132).

De acordo com Castells (2003), foi a *World Wide Web* (WWW) que possibilitou que a Internet alcançasse o poder que ela tem hoje, quando em meados dos anos de 1990, a rede pode funcionar com a ajuda de *softwares* mais adequados. Neste contexto, a Internet já havia sido privatizada e sua arquitetura técnica passou a permitir a conexão em rede de máquinas de quaisquer localidades do mundo. Junto a este empreendimento houve a gradativa criação do chamado ciberespaço, a respeito do qual abordaremos no próximo subitem.

2.1.1 Ciberespaço: impactos culturais e estéticos

Diante de tantas possibilidades oferecidas com o surgimento da sociedade em rede, podemos inferir que ela dá início a um período marcado pela liberdade, mas esse indício está longe de ser uma certeza. O ciberespaço é um novo momento que trouxe inovações e impactos que requerem uma discussão sobre várias verdades sociais que entram em crise.

Paralelo à rede, surge uma extensão territorial, naturalmente, de caráter virtual, que permite aos navegantes ali se comunicarem, se relacionarem, além de poderem realizar quaisquer outras atividades que lhes sejam convenientes. Trata-se do nascimento do ciberespaço, como explica Lévy (2010).

Uma das mais importantes características do ciberespaço é a sua virtualidade: um mundo ilimitado, um universo que nasce da conexão de vários *sites*, *blogs*, *chats*, listas de discussão etc. A internet é uma rede que está em contínua construção coletiva, o que lhe

garante o formato de um hipertexto imenso.

Lévy (1999) afirma que a internet em si já é o maior exemplo do que a inteligência coletiva é capaz de fazer. Hoje, ela é uma rede que está distribuída por todo o planeta, sendo impossível rastrear toda a sua extensão.

A liberdade de intercâmbio de ideias na rede mundial de computadores incomoda as empresas detentoras de direitos autorais, justamente, porque seus lucros vêm da intermediação e promoção que elas fazem entre a obra de arte e o público, fato este que só confirma que a velha indústria cultural sobrevive por causa da garantia que lhe é dada sobre a propriedade intelectual dos artistas.

Graças a sua natureza digital, a internet possibilita o compartilhamento e reprodução de arquivos, infinitamente. É, portanto, um meio irrestrito de imagens e ideias. Diante dessa realidade e em resposta às antigas leis do *copyright* que limitavam a multiplicação e a distribuição de conteúdo artístico e intelectual, surgiu o *copyleft*, que permite ao autor dar total acesso a uma criação intelectual ou artística.

Muitos artistas, senão todos, já entenderam que a internet pode ser uma importante parceira para a construção do sucesso, porque, entre outras tantas possibilidades, ela permite que suas produções artísticas sejam divulgadas de forma rápida, a baixos custos e a um número ilimitado de pessoas. Se antes para uma obra de arte chegar ao público era preciso que ela passasse por uma verdadeira saga comercial: gravadoras, editores, empresas de distribuição, lojas, livrarias, hoje não é mais assim, pois o artista pode, via internet, levá-la diretamente ao público. A verdade é que a indústria da cultura cresceu por conta da dificuldade e das muitas restrições que o público em geral tinha para poder ter acesso à obra de arte.

Por outro lado, alguns artistas, discípulos da cultura colaborativa, para se esquivarem do sistema paralelo da distribuição e das trocas virtuais, já deixam liberadas suas obras na internet, aumentando, dessa forma, seu público. A renda do artista, então, passa a ser originada de outra maneira, mais direta, pois quando o público gosta do produto pode pedir e comprá-lo diretamente pela internet.

Além disso, eventos como shows, lançamentos de produtos, palestras etc., por já possuírem seu público cativado por meio da distribuição de produtos digitais, acabam sendo mais valorizados. Assim, a aquisição de bens e serviços nos moldes de trocas colaborativas acaba sendo mais racional, justamente porque o público antes de decidir comprar um determinado produto já o conhece, o que antes da internet só era possível através dos meios

de comunicação de massa como a TV e o rádio, que tinham a total liberdade para divulgar apenas o que lhes era conveniente, ou seja, apenas aquilo que lhes traria algum lucro comercial.

A realidade é que a tecnologia digital inaugurou um momento de novos valores culturais, pois conseguiu libertar os conteúdos de seus suportes. O texto desprendeu-se do papel, o filme da película etc. Contudo, não queremos dizer com isso que o ciberespaço é o jardim do Éden das artes, porque as empresas também fazem uso da internet e estão cada vez mais motivadas em ampliar seu domínio para o mundo digital, fato este que não é improvável de acontecer, como veremos em outros momentos desta pesquisa.

No próximo subitem refletimos sobre o sistema cultural que abriga a era digital e os jovens nascidos e imersos nela.

2.1.2 Jovens, redes sociais e cultura de massa

De acordo com Umberto Eco na obra *Apocalípticos e integrados* (2015), o universo que abarca as comunicações de massa corresponde ao universo que também nos comprehende. Dessa forma, se o que queremos é debater a respeito dos sentidos, significados e valores inerentes ao mundo massificado no qual estamos imersos hoje, as condições que devemos considerar são iguais àquelas fornecidas pelos jornais, revistas, televisão, rádio e também podemos incluir a internet. Contudo, para que possamos estimular algumas reflexões sobre a entrada dos jovens na era digital, é necessário tomarmos como base o contexto de produção de conteúdo digital e, é claro, o material produzido pelas web celebridades, além das práticas de consumo dos jovens internautas.

Lévy (2010) acredita que o movimento de difusão da internet, de expansão do ciberespaço e da cibercultura é resultado da ação dos jovens internautas a nível internacional. Muitas vezes, diz o teórico, estes se mostram motivados a experimentarem coletivamente as diferentes formas por meio das quais podem construir vínculos comunicativos com seus semelhantes, claramente diferentes daquelas que existiam antes dessa tecnologia.

A estes jovens aos quais Lévy (2010) se refere, em sua grande parte nascidos e imersos na era digital, Mark Prensky (2001) os chama de *nativos digitais*. Esses indivíduos, segundo o autor, preferem receber as informações de forma rápida e imediata, sentem-se extremamente atraídos pelo trabalho realizado na internet, tendo em vista que este acontece de maneira inovadora e divertida, sem a rigidez das atividades tradicionais.

Prensky (2001) explica também que os *nativos digitais*, por terem sido os primeiros a crescerem em meio às ferramentas digitais, não conhecem o mundo sem essas tecnologias, logo, não têm medo de experimentar e vivenciar todas as diferentes possibilidades oferecidas por elas. Santaella (2003), completando Prensky (2001), diz que essa geração deve ser vista como verdadeiros *ciboguers* de nosso tempo, tão grande sua habilidade e competência de comunicação frente a essas novas tecnologias digitais.

Veen e Vrakking (2009) trazem também outros argumentos que reforçam a teoria de Prensky. Para os autores, a diferença entre as outras gerações e a que eles batizaram de *Homo Zapiens* está no modo como cada uma delas se relaciona com as tecnologias: os *homo zapiens*, por exemplo, se tornaram íntimos da tecnologia, porque aprenderam em uma relação de intimidade que se contextualiza pela prática e pela experimentação, enquanto as outras gerações se submeteram às instruções para somente depois realizarem as operações tecnológicas. E continuam:

Na verdade, o *Homo zappiens* nasceu com um mouse na mão, já sabia como manipular o controle-remoto da televisão com 3 anos e, com 8, já tinha seu próprio telefone celular. [...] Walkmans, iPods, aparelhos de mp3, câmeras digitais, Xboxes, GameCuber e PlayStation 2 e 3 fazem com que ele tenha mais habilidade com os produtos tecnológicos [...]. O *Homo zappiens* é um processador ativo de informação, resolve problemas de maneira muito hábil, usando estratégias de jogo, e sabe se comunicar muito bem (VEEN; VRACKING, 2009, p. 12 -35, grifo dos autores).

O pensamento dos autores, portanto, centraliza-se na capacidade inerente que essa geração tem de estar conectada, de processar a sobrecarga de informações a qual está exposta, de realizar múltiplas tarefas simultaneamente e, especialmente, de estar acostumada com a velocidade das novas tecnologias da informação e comunicação. Preferem o *touch screen* aos teclados. Para essas pessoas, ligar um computador, um *smartphone* e expressar-se através das redes sociais são ações absolutamente corriqueiras.

McCrindle, Salgado e McDonald (2013) vão mais além e nomeiam os nascidos a partir de 2010 de *geração alpha*. Segundo os autores, essa é a terceira geração de *Nativos Digitais*, e constituída por pessoas mais independentes, abertas às mudanças e com um potencial muito maior de resolver problemas do que seus pais e avós. Diferentemente das gerações anteriores, ela utiliza a tecnologia de maneira ainda mais intuitiva, e “[...] esse não foi o caso da geração anterior que teve que fazer *login* com nomes de usuários. Esta geração pode apenas acessar - é *touch screen*, é tecnologia inteligente intuitiva que atravessa as barreiras linguísticas [...]” (MCCRINDLE, SALGADO; MCDONALD, 2013, p. 3).

Embora não exista consenso entre os autores sobre os anos que limitam o início e o fim de uma geração, a verdade é que essa nova realidade estimulou a formatação de um novo paradigma social, que não pode ser ignorado e que definitivamente reflete desafios à sociedade contemporânea. As plataformas digitais (*Facebook, YouTube, Twitter, Instagram*) atraem as pessoas, principalmente os mais jovens. Este é um novo ambiente por meio do qual, sem sair de casa, compramos, vendemos, fazemos amigos, arrumamos um(a) namorado(a), basta acessarmos a internet, entrarmos no(s) site(s) que desejamos, colocarmos a senha, e pronto, estamos dentro. “Plugados”, “logados” ou “conectados”, como preferir. É um espaço que possibilita uma ilimitada rede de socialização e circulação social.

Nesse contexto, ao nos remetermos aos estreitos e possíveis diálogos entre as tecnologias digitais e os jovens, usaremos como suporte teórico os estudos da pesquisadora Nádia Laguárdia de Lima em *A escrita virtual na adolescência: uma leitura psicanalítica* (2014). Para a autora, o fascínio que os jovens de hoje têm pela internet e tudo o que ela pode oferecer tem relação direta com a busca pelo prazer instantâneo e a necessidade de agrupar-se socialmente. A autora esclarece que enquanto os jovens navegam na internet, se sentem acolhidos, ouvidos e vistos. Neste campo, assim como Lévy (2010), Lima (2014) entende o ciberespaço como um novo ambiente por meio do qual é possível não apenas comunicar-se, mas também expandir a rede de socialização entre os indivíduos navegantes. Como consequência, colecionam-se “amigos” nos quatro cantos do planeta. Estranhamente, apesar da distância geográfica, são capazes de manterem contato diário.

Vem daí a concepção de que o ciberespaço se delineia, primordialmente, como um espaço permeado de paradoxos, explica Lima (2014): podemos fazer milhares de amigos sem sairmos de casa, nem mesmo precisamos conhecê-los pessoalmente. Lugar de encontros e desencontros no qual as relações são feitas com a mesma facilidade e velocidade com as quais são desfeitas. Lugar em que é possível nos aproximarmos de um desconhecido do outro lado do mundo e compartilhar com ele as mais íntimas confidências, sem que exista nenhum contato pessoal e sem a garantia de que as informações trocadas sejam reais.

No mesmo sentido é o entendimento de Bauman (2013). Ele diz que somos capazes de nos comunicarmos e fazer amizades com muitas pessoas, e ao mesmo tempo, essas relações são fluidas, efêmeras e facilmente descartáveis. De uma maneira geral, grande parte das pessoas em espaço virtual dificilmente consegue construir relações pessoais duradouras, segundo o autor.

A realidade é que a grande quantidade de tempo que passamos conectados nos dá a ilusão de estarmos sempre acompanhados e de termos um número absurdo de amigos. Além disso, três falsas verdades nos dão a sensação de que estamos protegidos contra a solidão e o desamparo: a de que podemos direcionar nossa atenção ao que desejarmos; a de que sempre seremos ouvidos; e a de que jamais ficaremos sós.

O ciberespaço é, portanto, o lugar onde os jovens podem encontrar seus pares e ao mesmo tempo ultrapassar as barreiras de suas socializações do âmbito privado para o público, da família para um laço social mais amplo. Segundo a pesquisadora, a busca por pessoas ou ideologias afins é natural e necessária durante a juventude. Afinal de contas, apoiar-se naquele ou naquilo que lhe é importante, por ser parecido com si mesmo, é capaz de nortear o indivíduo no decorrer de seu caminho, podendo ajudá-lo na construção de sua própria subjetividade (LIMA, 2014). Dessa forma, a teoria de Lévy (2010) acaba por corroborar a de Lima (2014), principalmente quando aquele define o ciberespaço como difusor de “[...] comunicação interativa, recíproca, comunitária e intercomunitária [...]” (LÉVY, 2010, p. 128). Logo, os jovens *nativos digitais* compreendem o ciberespaço como algo vivo e heterogêneo no qual as pessoas podem participar ativamente e contribuir com aquilo que lhes convém.

Essa geração “desterritorializada” vem demonstrando que é perfeitamente possível ressignificarmos conceitos há muito sedimentados, como os de tempo, presença, espaço, relacionamento e aprendizagem. E à vista disso, não podemos ignorar que o ciberespaço é um dos responsáveis, na atualidade, por estimular o processo de formação de leitores e fomentar, paralelamente, a produção literária. Este cenário pode ser exemplificado a partir da entrada de jovens internautas, como leitores e escritores, no centro do fenômeno que inclui o lançamento e o consumo de produtos impressos. E esta situação vem a se tornar ainda mais interessante se levarmos em consideração o contexto histórico no qual estamos inseridos hoje, de cultura de mídias e de redes sociais, e, por isto, apontado por alguns como sendo o responsável por decretar o fim do livro impresso e da Literatura tradicional.

A presença massiva dos jovens nas mídias sociais, segundo Carr (2011), dá-se pela curiosidade e pelo interesse considerável que se tem pela vida do outro, somando-se a isso uma enorme vontade de pertencer a um grupo, de estar dentro da roda. Se ficarem inertes, afirma o autor, estes jovens correm um sério risco de se tornarem invisíveis aos demais.

Assim, de acordo com Jenkins (2008), à proporção que o ciberespaço cresce e aumenta seu campo de interações sociais, faz-se mais apropriado debruçar-se sobre aquelas pessoas que se conheceram nas redes sociais em detrimento daquelas que fazem parte da

sociedade local. Se nos voltarmos aos personagens principais desta investigação, é possível dizermos que todas essas situações mencionadas se aplicam àquilo que ocorre com os fãs de jovens celebridades digitais de sucesso, que se sentem felizes ao desenvolver suas atividades no mundo virtual, conferindo suas notificações nas redes sociais ou conhecendo novos amigos, por exemplo, tudo em razão deste fechado grupo de navegantes. Imaginemos, ainda, que ao realizar suas ações no ciberespaço em torno dos jovens influenciadores digitais, os usuários da internet têm uma chance maior de criar vínculos com seus pares, também fãs das mesmas celebridades digitais, levando em consideração a rede de interesses em comum que passa a ser constituída com base em suas preferências.

Castells (2003) ressalta que as novas interações organizadas em redes sociais tomam a forma de “comunidades especializadas” ou de sociabilidades criadas em torno de interesses específicos. Neste contexto, as pessoas desenvolvem “portfólios de sociabilidades”, isto é, conjuntos de redes organizadas por temas que tendem a caracterizar ou definir seus membros diante de si mesmos e de outras pessoas.

Na contemporaneidade, os jovens se organizam em “comunidades especializadas” e criam assim suas redes de sociabilização por meio das quais constroem suas identidades e, de fato, se definem frente a outros jovens como sujeitos e atores sociais. O que, é claro, não se restringe apenas ao mundo virtual, mas alcança outras fontes de informação, de trabalho, de comunicação etc. Os grupos de seguidores deste ou daquele influenciador digital são um exemplo disso. Os internautas seguem, no sentido literal da palavra, todos os passos dados por seus ídolos da internet. Para tanto, se fazem presentes nas mais diferentes redes sociais, e acabam estabelecendo, também, contato com outros fãs. Em razão deste movimento, percebemos que as celebridades digitais de sucesso ficam cada vez mais famosas. E, assim, rapidamente estas comunidades a respeito das quais falamos acabam se convertendo em formas de comunidades especializadas, ou seja, formas de sociabilidade construídas em torno de interesses específicos em comum.

Diante desse contexto, Chatfield (2012), de forma análoga a Prensky (2001), entende que os jovens de hoje não são capazes de manterem-se desconectados nem por um dia sequer. “[...] Não ficam nunca sem acesso às bolhas de mídias protetoras criadas por aparelhos como smartphones e tablets. Um estoque pessoal e portátil de aplicativos e serviços de redes sociais está sempre à mão [...]” (CHATFIELD, 2012, p. 21).

Bauman (2008) também apresenta seu entendimento a respeito do uso das tecnologias por jovens. Inclusive, o sociólogo se refere às ferramentas eletrônicas como equipamentos portáteis confessionais.

[...] são apenas aprendizes treinando e treinados na arte de viver numa sociedade confessional – uma sociedade notória por eliminar a fronteira que antes separava o privado e o público, por transformar o ato de expor publicamente o privado numa virtude e num dever públicos, por afastar da comunicação pública qualquer coisa que resista a ser reduzida a confidências privadas, assim como aqueles que se recusam a confidenciá-la [...] (BAUMAN, 2008, p. 9).

Por isto, diante da cultura digital, marcada pelo intenso uso de mídias eletrônicas, é necessário atentarmos para o processo de desenvolvimento da autoconsciência desse público ainda tão jovem, que tende a se identificar com indivíduos da mesma faixa etária, e que, devido a este fato, dificilmente se constitui sozinha. Tal capacidade, inerente ao ser humano, em geral amplia a intensidade de seu envolvimento com os aparatos modernos. Segundo Carr (2011), este é um fenômeno que recai principalmente sob a parcela mais jovem da população, pois é ela quem mais tem tendência a ser compulsiva quanto ao uso de dispositivos eletrônicos, que tem como objetivos principais enviar e receber mensagens ou, então, se atualizar em relação às muitas tendências de consumo divulgadas diariamente pela indústria do entretenimento.

Por outro lado, ter conhecimento quanto ao uso da internet e tudo que ela dispõe tem pouca valia. O real valor está depositado nas oportunidades que ela pode oferecer, como o que tem acontecido, por exemplo, com as jovens celebridades digitais, que constroem suas carreiras artísticas e profissionais utilizando-se das muitas possibilidades oferecidas pelas plataformas virtuais que administram, sejam blogs, canais do Youtube ou outras redes sociais. Os jovens navegantes que conseguem se articular e se posicionar diante do público, interagindo com os seguidores, respondendo seus comentários ou aceitando sugestões, têm a chance de se destacarem no meio, conquistando, nas redes sociais, um número cada vez maior de inscritos, além da possibilidade de vincular sua imagem a uma determinada empresa, produto ou marca que sejam convenientes ao seu público, recordemos aqui da produção e do lançamento de livros impressos por estes jovens, a ser adequadamente abordada mais adiante na presente pesquisa.

De fato, se considerarmos que vivemos atualmente em uma economia de mercado subsidiada pela informação complexa e midiatisada, podemos pensar, neste caso, nas celebridades digitais como sendo aquelas que estão mais propensas a terem as melhores

ofertas, e por isso maiores chances de alcançarem o nível mais alto em suas carreiras muito rapidamente. Por sua vez, os consumidores, fãs e seguidores das jovens web celebridades, possuem à disposição, neste competitivo contexto, um leque de incontáveis possibilidades de escolhas. E aqui pensamos não apenas no objeto selecionado para a pesquisa em desenvolvimento, o livro, além do investimento do mercado editorial em sua materialidade, mas também na produção e distribuição de narrativas multimidiáticas em plataformas de redação virtual, como *Wattpad* ou *Spirit Fanfics*.

Ao entrarmos neste fluxo de acontecimentos, podemos observar, ainda, a absorção dos fatores até aqui descritos como sistema cultural massificador, acrescentando-lhe, a tempo, as peculiaridades inerentes à era digital, como, por exemplo, as novas formas de relações interpessoais existentes entre as pessoas e as atividades possíveis a serem exercidas por estes no ciberespaço.

Theodor Adorno e Max Horkheimer (1947) foram um dos primeiros a discutirem a cultura de massa. Para eles, falar sobre cultura, na realidade, quase sempre nos leva a uma abordagem contrária àquilo que verdadeiramente seria o que se chama cultura, pois “[...] o denominador comum “cultura” já contém virtualmente o levantamento estatístico, a catalogação, a classificação que introduz a cultura no domínio da administração [...]” (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, s/p, “grifo” dos autores).

Em seus apontamentos, Adorno e Horkheimer (1947) compreendem a cultura de massa como aquele elemento responsável por fazer tentativas, via capitalismo industrial e financeiro, à homogeneização dos padrões civilizatórios, valendo-se da ajuda do cinema, da televisão e do rádio, aumentando o alcance desta afirmação e atualizando-a, podemos também incluir a internet. Os teóricos em relação a estas mídias têm uma posição bastante radical, considerando que passaram, no decorrer dos anos, a não mais se apresentarem como manifestações de caráter artístico. São apenas negócios, sendo utilizados como “[...] ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem [...]” (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, s/p). Eles acrescentam também às suas reflexões que o terreno no qual existe uma conquista de poder por parte da técnica sobre o meio social, existe também, simultaneamente, o favorecimento do domínio das pessoas mais fortes economicamente em relação àquelas mais fracas, as quais representariam a grande massa, o grande público.

Adorno e Horkheimer ao referirem-se ao momento em que escreveram o artigo *A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas* (1947), aqui prolongada aos dias atuais, dizem que o raciocínio promovido no campo da técnica equivale à

racionalidade de sua própria dominação, assumindo a função de caráter compulsivo de uma sociedade alheia a si mesma. E a possibilidade de lazer corresponde ao prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio, ou seja, “[...] ela é procurada por quem quer escapar ao processo de trabalho mecanizado, para se pôr de novo em condições de enfrentá-lo [...]” (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, s/p). Todavia, a mecanização passou a definir a confecção de produtos destinados à diversão, não podendo mais ser percebida como “[...] outra coisa senão as cópias que reproduzem o próprio processo de trabalho [...]” (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, s/p).

Se esta relação de controle do entretenimento ocorre na esfera relacionada ao trabalho, como afirmam Adorno e Horkheimer (1947) na época na qual escreveram essa teoria, quando ainda não se pensava naquilo que viria a ser a Internet, imaginemos, então, o que ocorre hoje, considerando o seu poder de abrangência. Neste caso específico, poderíamos pensar, até mesmo, a respeito do poder exercido por setores econômicos e políticos no que diz respeito ao acesso a *websites* e ao uso das redes sociais, por exemplo, as tentativas de homogeneizar as mídias, trazidas à superfície pelos autores e hoje encabeçadas por grandes potências, nos levam a concluir que a força da Internet tem sido usada para promover a comercialização da cultura como mercadoria por intermédio de estratégias de restrição da atuação da massa populacional.

Segundo Mario Vargas Llosa (2013), em oposição às tradicionais vanguardas, o sistema cultural de massa, sobre o qual Adorno e Horkheimer (1947) discutiram, deseja proporcionar ao grande público o maior número de novidades possível, com o objetivo único e exclusivo de entreter as pessoas. Para o autor: “[...] sua intenção é divertir e dar prazer, sem necessidade de formação alguma, sem referentes culturais concretos e eruditos [...]” (LLOSA, 2013, p. 23). A esta ideia, Eco (2015) acrescenta que a cultura de massa pode ser entendida como algo cuja conceituação está diretamente ligada à ordem antropológica, que se constitui como válida para direcionar, de forma precisa, o contexto histórico em que as transformações ligadas à comunicação surgem de maneira conexa. Assim, situações modelos são impostas por esta cultura às pessoas nela inseridas.

Na atual sociedade capitalista, de cultura de massa, as coisas ou mercadorias, conforme Llosa (2013), detêm todo e qualquer poder em relação à vida dos indivíduos. São “[...] os amos que os seres humanos servem para assegurar a produção que enriquece os proprietários das máquinas e as indústrias que fabricam tais mercadorias [...]” (LLOSA, 2013, p. 21). Consequentemente, esta relação de submissão dos homens às coisas, os tornam

superficiais e fúteis. As trocas/compras que acontecem não são resultado das escolhas livres das pessoas, mas do sistema econômico, do dinamismo do capitalismo.

A esse respeito, Bauman (2008) diz que é dessa maneira, atualmente, que os jovens aprendem que consumir em excesso é sinal de sucesso, “[...] uma auto-estrada que conduz ao aplauso público e à fama [...]” (BAUMAN, 2008, p. 165). Assim, os jovens nascidos nesse contexto aprendem desde muito cedo a querer, a ter e a comprar produtos, além de praticar estilos de vida específicos. Segundo o autor, estas atitudes são encaradas por essas pessoas como condições para a felicidade total. Em *Sobre educação e juventude* (2013), o sociólogo fala mais sobre essa questão e diz que os jovens *nativos digitais* não conhecem outras formas de vida, uma vez que nasceram e cresceram em uma sociedade constituída por consumidores frequentes, em meio a um sistema cultural “[...] inquieto e em perpétua mudança [...]” (BAUMAN, 2013, p. 22) em que se promove todos os dias um culto à novidade.

À massa, a partir da prática de reprodução das manifestações de caráter artístico e literário, é possibilitada a oportunidade de se divertir com livros, músicas ou filmes a qualquer instante. Desta maneira, “[...] o público não só aumentou como também se emancipou de instituições mais tradicionais [...]” (SARLO, 2000, p. 153) passando a ter maior acesso àquilo que deseja conhecer melhor.

Surge, assim, a civilização do espetáculo, um sistema mais amplo que abarca a cultura de massa. De acordo com Llosa (2013) é “[...] um mundo onde o primeiro lugar na tabela de valores vigente é ocupado pelo entretenimento, onde divertir-se, escapar do tédio, é a paixão universal. Esse ideal de vida é perfeitamente legítimo [...]” (LLOSA, 2013, p. 29). Certamente, é difícil rechaçarmos a ideia de diversão e relaxamento. Entretanto, apenas diversão, de acordo com o autor, ocasiona: “[...] a banalização da cultura, generalização da frivolidade e, no campo da informação, a proliferação do jornalismo irresponsável [...]” (LLOSA, 2013, p. 29), ou seja, o espetáculo ocorre quando é veiculado entretenimento através dos meios de comunicação: televisão, rádio, internet etc. No tocante ao nosso objeto de pesquisa, surge quando os livros estão ligados à área do entretenimento, distanciando-se dos valores instituídos por entidades acadêmicas e críticas no que diz respeito à classificação de alta ou boa Literatura.

Neste panorama, podemos atribuir a alguns *posts* de blogs e vídeos do Youtube, por exemplo, o caráter de entretenimento, ponto central da civilização do espetáculo. O que tem acontecido nessas redes sociais é um intenso movimento de produção de conteúdos tanto digital quanto material, pois os seguidores não consomem apenas os textos ou as gravações

postadas por seus ídolos da internet, mas também todos os produtos relacionados a eles. Neste sentido, percebemos uma certa inquietação, por parte dos jovens aspirantes a celebridades digitais, em tornarem-se logo artistas reconhecidos, desejo este, na maior parte das vezes, incitado pela possibilidade de escolha de suas imagens para estampar as propagandas de grandes marcas e dessa forma alcançarem o sucesso total. E para obterem êxito em sua busca pela fama, lançam mão de variadas estratégias de marketing pessoal para conquistar as marcas, como, por exemplo, demonstrar interesse em alguns produtos específicos, se prontificarem a fazer publicidade gratuita e até são capazes de tomar atitudes que divergem de seus valores e preceitos. A título de ilustração, podemos aqui mencionar uma passagem confessional específica de Lucas Lira, jovem web celebridade, em *Minha vida antes do invento na hora* (2016):

[...] Quando fui ficando sem esperança, um vídeo meu deu bastante acessos. Era sobre meninas que postavam fotos peladas no Facebook. Foram 3 mil acessos num só dia. Pensei: porque esse vídeo deu certo? E aí eu percebi que quando o assunto era polêmico, tinha mais chances de crescer [...] (LIRA, 2016, s/p).

Como podemos verificar, alguns internautas, para que se sobressaírem na mídia, acabaram aceitando as oportunidades criadas pelo mundo real, que nem sempre condiziam com aquilo que eles queriam de fato fazer.

Bauman (2008), a esse respeito, diz que além das mídias existe algo a mais na vida real, entretanto, não muito mais, uma vez que em plena era digital ser invisível equipara-se ao fim ou à morte – como anteriormente já nos disse Carr (2011). Logo, tornar-se alguém famoso é algo importante atualmente. Na visão de Bauman (2008), conseguir tal *status* significa “[...] aparecer nas primeiras páginas de milhares de revistas e em milhões de telas, ser visto, notado, comentado e, portanto, presumivelmente desejado por muitos [...]” (BAUMAN, 2008, p. 31).

Podemos, então, dizer que o grande número de visualizações e de seguidores ajudou a levar os jovens influenciadores digitais para além dos limites do mundo virtual: eles encenam e produzem peças de teatro e shows de stand-up, lançam livros, licenciam produtos como cosméticos, roupas, cadernos, capas de celular, manuais e até álbuns de figurinhas. São hoje os “astros do rock” da indústria do entretenimento.

No próximo subitem nos deteremos nas manifestações desses jovens internautas via redes sociais, seguramente o ponto inicial para seu reconhecimento pelo público e,

consequentemente, para a validação de seus produtos, inclusive de suas produções textuais escritas pela indústria do livro e por seus seguidores.

2.1.3 Caiu na rede. E agora?¹⁴

Falar que a internet tem operado uma profunda transformação cultural e social já se tornou lugar comum atualmente. Agora não é mais o momento de apontar o que já é fato, mas sim de refletir tanto sobre os efeitos que são visíveis quanto aqueles que ainda irão surgir em razão de tal transformação.

Sabemos, então, que a internet não conecta seus usuários apenas às oportunidades ligadas ao mundo dos negócios, por exemplo, mas, também, a outras pessoas que ali navegam, funcionando como um local onde podemos difundir informações das esferas pessoal e comercial. E é dentro desse contexto que uma quantidade significativa de internautas usa a rede mundial de computadores com o objetivo de divulgar os conteúdos que querem através de posts, vídeos, fotos ou textos veiculados nas mais diferentes redes sociais. Ou seja, “[...] a tecnologia facilitou a organização das pessoas em torno de um interesse ou objetivo comum e as redes sociais possibilitaram que seus usuários se conectassem e compartilhassem informações e organizassem planos de ação [...]” (JENKINS, 2008, p. 98).

Assim, a expansão dos serviços de internet possibilitou que as pessoas conhecessem outras culturas, outros saberes e, também, pares distintos daqueles comumente oriundos de seus ambientes. Aliás, podemos dizer que as redes sociais são na contemporaneidade os instrumentos responsáveis pelo incentivo de trocas de experiências, sendo, portanto, responsáveis pela condução de vivências importantes de solidariedade entre os jovens.

Com o objetivo de conhecermos melhor uma das redes sociais de maior abrangência do ciberespaço, iremos desenvolver considerações, a seguir, acerca dos *blogs*.

2.2 Blogs

Simultaneamente ao rápido crescimento da internet há o surgimento dos blogs, que são ferramentas pelas quais os internautas podem escrever e publicar textos e imagens, têm feito as vezes de uma espécie de diário *online*, mais tarde, de um caderno de anotações ou mesmo de uma página de pequenas notas diárias, que podem ser divulgações de eventos, comentários

¹⁴ Alusão ao título do livro de Kéfera Buchmann – Tá gravando. E agora? (Paralela, 2016).

dos acontecimentos, publicações de textos e fotos. Ainda que tenha ficado com a fama de diário adolescente, os blogs caíram no gosto popular, e não é raro encontrarmos hoje blogs de jornalistas e escritores consagrados pelo público e crítica.

Os blogs dão às pessoas comuns o protagonismo da criação de conteúdo e manifestação de opinião. Em uma lógica alicerçada em círculos de afinidade, criadores de conteúdo e leitores passam a se juntar de acordo com critérios alheios à imparcialidade e competência técnica, favorecendo relatos vazados pela experiência e pela subjetividade. Antes mesmo de as redes sociais se popularizarem e se firmarem entre os usuários brasileiros, os blogs esboçavam uma nova prática: o internauta comum como novo marco de referencial entre as fontes de conteúdo e as opiniões disponíveis online. Para Jenkins (2008), o blog é como “[...] forma de expressão alternativa pessoal e subcultural, envolvendo resumos e links [...]” (JENKINS, 2008, p. 307).

Existe uma infinidade de tipos de blogs, de diferentes estilos e propostas que podem ser de autoria coletiva ou individual, de teor literário, jornalístico, pessoal, profissional ou temático. Dentre todas as suas atribuições, serve também para promover pessoas, lançar artistas, divulgar notícias, formar grupos por interesses (LIMA, 2014).

Lima (2014) ressalta também que aos blogueiros é dado total direito para que seus *posts*, publicações feitas em tais plataformas virtuais, sejam editados. Também é possível vetar ou limitar o acesso de outros usuários da rede ao conteúdo veiculado no blog em questão, e ainda controlar o fluxo de comentários na página. Segundo a pesquisadora, a criação de blogs em território brasileiro acontece desde o início dos anos 2000, originando-se de várias localidades.

A pesquisadora também desmistifica o estigma ligado ao trabalho produzindo conteúdo para *websites* de cunho pessoal, quase sempre entendido como diversão, um *hobby*, algo de fácil realização, desprovido de quaisquer esforços ao dizer que o blog requer atualização constante, logo requer de seu administrador horas dedicadas à pesquisa de conteúdo, outras tantas para escrever e muitas outras para responder os comentários de seus leitores (LIMA, 2014). Os leitores destes *websites* possuem um papel fundamental, pois eles “[...] participam da vida do autor, fazem comentários e sugestões, tornando coletivo o texto virtual [...]” (LIMA, 2014, p. 174).

Sobre a função dos internautas como blogueiros, podemos dizer que eles vieram a se transformar em dinâmicos curadores da experiência coletiva, colocando em teste suas concepções diante de milhares de outras pessoas que acompanham, comentam e

compartilham suas postagens rotineiramente. Dessa forma, devemos admitir que os administradores de blogs são também responsáveis por intermediar a relação entre internautas e cibercultura, da mesma forma que proporcionar a estes seguidores um aprofundamento em relação a determinados temas e o conhecimento de outros alheios ao seu conhecimento. Os blogueiros, assim, fizeram brotar uma nova e diferente esfera pública na qual podemos refletirmos juntos, e em voz alta.

De acordo com Lima (2014), o que se viu nos últimos tempos foi uma inesperada proliferação de blogs administrados por jovens, ainda que outras redes sociais tenham surgido e também conquistado um grande número de usuários. A autora supõem que a predileção de um significativo número de jovens por estas plataformas virtuais deva-se ao fato de que os blogs “[...] talvez estejam entre os que mais se aproximam do que seria a ideia de diário íntimo [...]” (LIMA, 2014, p. 174). E sendo os diários íntimos comuns nessa faixa etária desde épocas longínquas como destaca a autora, entendemos sua hipótese como plausível. Por outro lado, Veen e Vrakking (2009) atribuem a popularidade dos blogs entre os jovens ao fato da Internet ser como “[...] um local de encontro, um ciberespaço social [...]” (VEEN; VRAKKING, 2009, p. 43).

Como explica Lima (2014), um dos grandes atrativos quanto à produção de blogs se encontra vinculado ao fato de estes estarem localizados no meio virtual, que abarca o espaço para a realização de outras atividades para além, apenas, da escrita ou da edição de textos em *websites* pessoais. Isto é, simultaneamente à alimentação dos blogs, os jovens podem realizar outras ações:

[...] os blogs são diários localizados em um espaço virtual, não material, onde seu autor pode também desenvolver pesquisas, fazer compras, [...] e entrar em salas de bate-papo, abrindo simultaneamente diversas telas, como num *continuum*, transitando nesses espaços ao mesmo tempo em que escreve seu diário [...] (LIMA, 2014, p. 249, grifo da autora).

Os textos postados nos blogs possuem algumas singularidades: são fragmentados, híbridos e marcados por distintos tipos de escrita, imagens e sons, conforme afirmado por Lima (2014). Os *links* que são compartilhados pelos autores dos *websites* fazem com que as leituras dos textos sejam, “[...] descontínuas, com acesso a diferentes caminhos, definidos pelo leitor [...]” (LIMA, 2014, p.187). Quanto à linguagem usada nos blogs, normalmente, não é tida unicamente como de caráter informal, pelo contrário, é caracterizada como típica da *Web*, repleta de “[...] fragmentação, uso de clichês, acrescentada dos recursos de imagens e

sons [...]” (LIMA, 2014, p. 187).

Embora os blogs tenham no presente contexto ajudado que determinados temas fossem debatidos abertamente por um número expressivo de pessoas, uma questão nos preocupa: as implicações deste cenário ao atual sistema cultural, por conta, principalmente, de ter se popularizado erroneamente a ideia de que todos têm razões e argumentos devidamente fundamentados sobre diferentes assuntos.

Paralelo ao gradual surgimento dos blogs no ciberespaço, houve também o crescimento de diversas outras formas de manifestações proporcionadas pela oferta de diferentes redes sociais. Neste sentido, é importante nos debruçarmos sob aspectos referentes à outra plataforma virtual de extrema relevância e grande poder de alcance na internet, o *Youtube*.

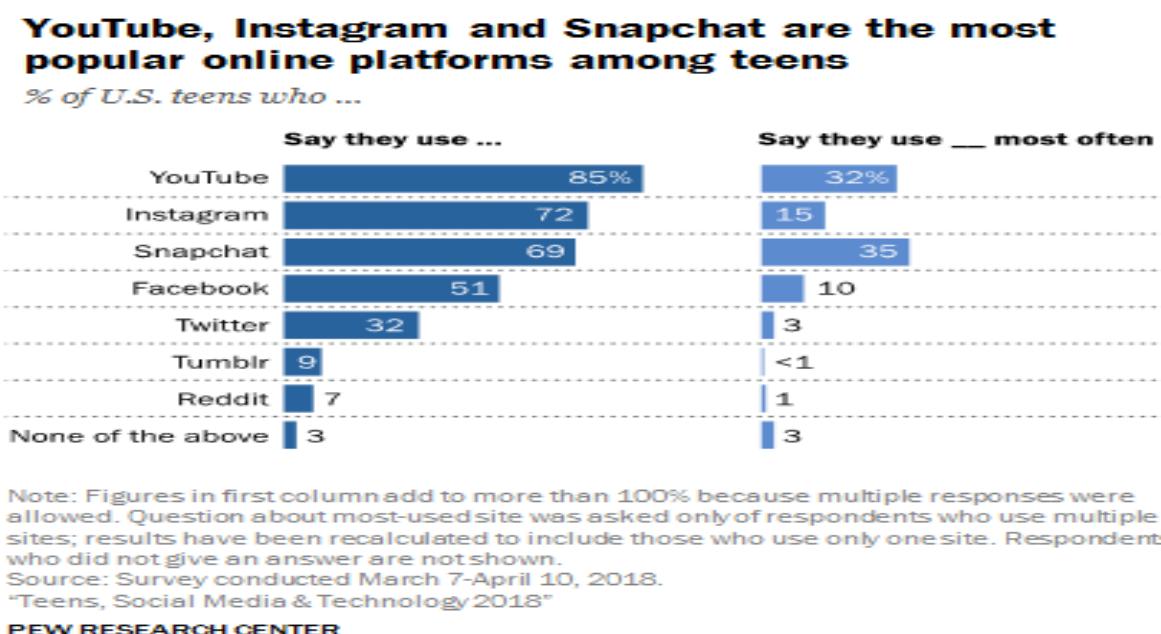
2.3 Youtube

O *Youtube*, criado pelos americanos Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, lançado na rede em 2005, emergiu como *website* de fundamental importância para a produção e a distribuição de mídias alternativas na internet. Esta plataforma passou a ser mais um lugar de encontros entre comunidades até então consideradas alternativas e variadas, produtoras de mídias independentes. Por meio dela, tais materiais puderam ser divulgados amplamente e, como consequência, reunidos em portal de natureza virtual e compartilhada.

Essa rede social oferece aos navegantes usuários, conhecidos como youtubers, em sua grande maioria jovens, amadores e semiprofissionais, múltiplas possibilidades de manifestação. Pesquisa realizada pelo Pew Research Center mostrou que são os adolescentes que estão cada vez mais ligados nesta plataforma. Ela é a rede social que mais cresce em termos de influenciadores da internet. Segundo a pesquisa, 85% dos jovens entre 13 e 17 anos usam o serviço¹⁵.

¹⁵ Pesquisa sobre adolescentes e mídias sociais feita pelo Pew Research Center. Disponível em: <https://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>. Acesso em: 17 mar. 2019.

Figura 1 – Dados de pesquisa sobre o Youtube.



Fonte: Pew Research Center (2018)

Em razão dos muitos canais criados todos os dias na plataforma, presenciamos o surgimento de um novo hábito: a gravação de vídeos sobre os mais diferentes assuntos, por pessoas de diferentes faixas etárias, classes sociais e nível de escolaridade. Mas foi em 2013 que surgiram de fato os primeiros youtubers brasileiros, também conhecidos na época como *vlogueiros*, por conta da junção das palavras vídeo + blog¹⁶. No início, não estavam disponíveis modelos de negócios e a intenção de se obter lucros com publicidade ainda não era uma opção. Nos primeiros videos, os youtubers começaram falando apenas sobre assuntos que gostavam de compartilhar, muitas vezes através de gravações amadoras feitas com webcams, sem roteiro ou mesmo um cenário previamente preparado. De lá para cá muita coisa mudou: os canais acabaram se tornando verdadeiros empreendimento e fontes de rendas impressionantes. Tornar-se youtuber passou a ser o sonho de uma geração inteira. Se antes os jovens somente desejavam ser modelos, jogadores de futebol, astros da televisão, hoje eles querem ser *youtubers*.

O *Youtube* também funciona como canal por meio do qual os usuários podem ir em busca de conteúdos variados. É importante destacarmos que os vídeos publicados no *Youtube* podem facilmente ser acessados através de outras redes sociais, como *blogs*, páginas do

¹⁶ Reportagem do jornal O Estado de São Paulo – “Você sabe quando os primeiros youtubers brasileiros começaram?”. Disponível em: <https://emailestadao.com.br/noticias/tv,voce-lembrade-como-eram-os-youtubers-quando-comecaram,70001725279>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Facebook ou do *Twitter*, por exemplo. Aliás, no contexto de criação de conteúdos por blogueiros e *youtubers*, várias plataformas virtuais diferentes são usadas por eles como uma maneira de divulgarem massivamente suas mais atuais produções.

Silva (2012), análogo ao que Jenkins (2008) fala sobre as diferentes faces assumidas pelo *Youtube*, destaca que essa rede social proporciona aos seus usuários a possibilidade de divulgar o conteúdo de seus vídeos por meio da modalidade de anúncios conhecidos como vídeos promovidos. Conforme aponta, tal ferramenta “[...] funciona como uma espécie de solução de publicidade *on-line* [...]” (SILVA, 2012, p. 14, grifo da autora).

Jenkins (2008), ao tratar sobre o caráter da viralidade¹⁷ própria do *Youtuber*, nomeia o conteúdo transmitido via *website* como “[...] mídia espalhável [...]” (JENKINS, 2008, p. 357), também conhecido pelos usuários da Internet como *memes* ou vídeos virais. Sobre isso, Jonah Berger (2014), especialista em marketing, explica que os vídeos virais, majoritariamente, são de autoria de jovens internautas. Em geral, essas produções apresentam como temática os interesses para este específico público.

Para Jenkins (2008), o *Youtube*, dentre tantas outras redes sociais do gênero, contribuiu para que surgisse um sistema cultural de teor colaborativo, no qual “[...] fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos [...]” (JENKINS, 2008, p. 386). É esta cultura participativa, como ressalta o autor, que, conforme Silva (2012), faz com que o *Youtube* seja entendido como uma espécie de “[...] biblioteca de telas [...]” (SILVA, 2012, p. 17) de produção e difusão de conteúdo. A título de ilustração, podemos citar a importância que é dada pelos *youtubers* aos comentários feitos por seus seguidores a cada novo vídeo postado.

No campo da literatura, não podemos deixar de mencionar os projetos de leitura compartilhada presentes em canais exclusivamente dedicados ao tema, a partir dos quais os *youtubers* propõem àqueles que os acompanham a prática da leitura fragmentada e comentada de livros anteriormente escolhidos pelos fãs.

Por fim, Jenkins (2008) conclui que o fenômeno do *Youtube* não deve ser visto de maneira isolada mas, obrigatoriamente, devemos levar em consideração todas as outras redes sociais que existem na Internet, em particular *blogs* e *websites* de relacionamento, nos quais, muitas vezes, seus usuários realizam discussões importantes a respeito de diferentes temas. Assim, entendemos que isto explica, ao menos em parte, as razões pelas quais as jovens

¹⁷ Viralizar na internet significa torna-se rapidamente conhecido entre muitos, e é atribuído a qualquer assunto que se propaga de forma rápida nos meios de comunicação online. Hoje em dia, o termo viralizou é atribuído a qualquer coisa que rapidamente faz muito sucesso na internet, principalmente nas redes sociais.

celebridade da internet aventuram-se por inúmeras plataformas virtuais, não limitando suas atividades, exclusivamente, aos *posts* ou vídeos, por exemplo. Não se trata, apenas, de conseguir um número cada vez maior de seguidores ou ser mais reconhecido pelas marcas, mas sim, também, de promover a integração entre internautas de redes sociais diferentes, além de promover discussões a respeito de suas produções.

Procuramos, no subitem a seguir, desenvolver uma análise em relação aos compartilhamentos de conteúdo na rede realizados por jovens internautas.

2.3.1 Compartilhando ideias e conteúdos

Como explica Jenkins (2008), a prática do compartilhamento de conteúdos digitais tornou-se bastante comum a partir da criação dos blogs, canais no *Youtube* e demais redes sociais. Entretanto, é importante dizermos que o compartilhamento pessoal não é um fato novo, é algo que nos acompanha ao longo de nossas vidas, uma vez que é comum contarmos aos amigos sobre as viagens que fizemos, as compras que realizamos ou mostrar aos nossos familiares um texto interessante que lemos, por exemplo. O impulso de dividir interesses, dúvidas, alegrias, tristezas ou experiências corresponde àquilo que justifica o fato das redes sociais na contemporaneidade terem se tornado tão populares e bem recebidas. Hoje, é cada vez mais comum as pessoas “*blogarem*” sobre suas preferências, postarem atualizações no *facebook* sobre o que fizeram durante o dia e ainda twitarem sobre os temas polêmicos do momento.

Segundo Berger (2014), principalmente entre os jovens, o compartilhamento de materiais que entendem ser interessantes ou, de alguma maneira, relevantes, configura-se como uma prática frequente. O compartilhamento de conteúdo digital é visto, pelo autor, como um dos principais responsáveis por fortalecer os vínculos sociais de amizade atualmente, nos quais a distância física é marca característica desta era: “[...] nossos amigos veem que sabemos e nos importamos, nós nos sentimos bem por sermos úteis, e o compartilhamento consolida a amizade [...]” (BERGER, 2014, p. 132). O autor volta-se mais atentamente às relações entre internautas a partir do compartilhamento de materiais diversificados:

[...] Se compartilho esse vídeo com um amigo, é provável que ele se sinta inspirado de forma semelhante. E o fato de que nós dois nos sentimos da mesma maneira ajuda a aprofundar nossa conexão social, realça nossas semelhanças e nos lembra do quanto temos em comum. Compartilhamento de emoção, portanto, é tipo uma cola social, conservando e fortalecendo relações. Mesmo que não estejamos no mesmo

lugar, o fato de que nós dois nos sentimos da mesma maneira nos une [...] (BERGER, 2014, p. 87).

Patte (2012), da mesma forma que Berger (2014), a respeito das emoções que se encontram envolvidas no processo de execução de atividades no meio virtual, explica que é cada vez mais difícil nos depararmos com jovens internautas que usam a internet e conectam-se às redes sociais somente porque é algo que a maioria das pessoas fazem hoje. Estes internautas, como afirma Pette (2012), têm consciência sobre a riqueza da troca de experiências que o ciberespaço pode proporcionar. É possível concluirmos, então, que os jovens que hoje fazem uso de blogs, canais do *Youtube* e outras tantas plataformas do gênero, além de se informarem sobre este ou aquele tema específico, buscam também comunicar-se com seus semelhantes, expressar opiniões, oferecer conselhos e sugestões, dividir anseios e inquietações, enfim, compartilhar sonhos próprios dessa idade. Frente a esta perspectiva, “[...] a verdade, a beleza e o desejo de informar tornam-se então uma necessidade [...]” (PATTE, 2012, p. 307).

Dessa maneira, a internet e suas muitas possibilidades, entre elas as várias redes sociais à disposição dos internautas, encorajam os jovens, principalmente, a seguirem seus próprios caminhos, uma vez que a busca por ideais e espelhos é uma característica marcante nessa fase da vida. Isto é possível, pois, o ciberespaço favorece o surgimento das identidades ao mesmo tempo em que respeita suas individualidades, tendo em vista que a internet oportuniza aos internautas a expressão democrática das diferenças: é um ambiente onde se pode aprender a construir relações com o outro. As redes sociais “[...] privilegiam, o acolhimento, os encontros e a oportunidade de se estar junto, não para se diluir, mas para tentar compreender-se [...]” (PATTE, 2012, p. 330).

Diante disso, tornamo-nos aptos para refletir sobre como as redes sociais são capazes, no caso particular dos jovens internautas, de mostrar caminhos e diferentes perspectivas que podem conduzir à constituição de identidades, além da compreensão de si mesmo, sem que haja conflitos exacerbados em relação àqueles já típicos da juventude.

Entretanto, desde já, é importante frisarmos o quanto importante é, neste período da vida, o estabelecimento de relações com base na identificação e na empatia entre pares. Tamanho é o destaque dado ao compartilhamento de diversos conteúdos nas redes sociais, que não poderia ser diferente com os livros assinados por jovens influenciadores digitais, consumidos, e em sua maioria, por seus jovens seguidores e leitores. Como também será analisado mais tarde, grande parte do montante de livros produzidos por jovens internautas

traz à superfície temas estritamente relacionados à juventude. Assim, podemos afirmar que os livros lançados, para além de outros sentidos e significados, os quais serão devidamente discutidos no decorrer desta pesquisa, podem ser entendidos como mediadores de confissões de jovens para jovens, semelhantes às redes sociais, no ciberespaço.

Em face a esta linha de discussão, no próximo subitem, pretendemos explorar os movimentos de atuação de jovens blogueiros e *youtubers* favorecidos pelo ciberespaço, para depois elegermos como abordagem pontos estritamente ligadas ao universo da produção e publicação de livros por essa nova geração de escritores. Por se tratar de um acontecimento novo, devemos considerá-lo em sua totalidade para, então, entendermos o foco desta pesquisa.

2.3.2 Jovens youtubers e blogueiros ultrapassando a esfera *online*

Essa febre pelas celebridades da internet ultrapassou o mundo *online* e está presente em diferentes outros meios. Até mesmo quem nunca viu ou assinou um canal no youtube pode facilmente reconhecer os nomes mais famosos do meio, porque eles estão estampando cada vez mais cartazes de cinema, teatros, shows e, principalmente, capas de livros.

É importante ressaltarmos que a elaboração do mapeamento para este estudo considerou a produção escrita impressa e publicada entre os anos de 2012 e 2018, cuja autoria é de jovens influenciadores digitais. Os livros oferecem opções variadas quanto aos gêneros literários e textuais por ele apresentados, desde poesia a narrativas ficcionais. No geral, podemos dizer que são mantidos diálogos consistentes entre autores e leitores. Os relatos autobiográficos, também, podem ser citados como bastante frequentes em toda a produção pesquisada. O assunto abordado por esses escritores quase não varia. Gira em torno de como criaram o canal, como superaram as dificuldades, como lidaram com o *bullying* etc. São relatos autobiográficos basicamente. Poucos influenciadores digitais se aventuraram no universo da crônica ou ficção.

Entendemos que o lançamento desses livros, paralelo a outros nichos que utilizam a imagem dos internautas famosos, demonstra claramente a urgência da indústria do entretenimento quanto à sua modernização e atualização diante das necessidades das pessoas ora enquanto consumidoras, ora enquanto leitores.

Ainda que o foco desta pesquisa corresponda às transformações que são experienciadas pelo mercado livresco diante do lançamento de obras impressos e assinado por jovens celebridades da internet, é necessário destacarmos que esse fato excede os limites da

indústria do livro. Podemos entendê-la, também, como sendo o ponto de partida para o desbravamento de outras manifestações artísticas ou o acesso a públicos maiores e mais diversificados. Em síntese, paulatinamente, o sucesso dos jovens internautas se expande para outros ambientes e não se restringe a setores restritos de consumo e produção.

Chartier, em *A aventura do livro: do leitor ao navegador* (1999), nos remete ao campo da literatura para explicar a multiplicidade de possibilidades de acesso ao público na contemporaneidade, sendo que, para ele, os contratos assinados por escritores da era multimídia têm cláusulas que preveem as diferentes mudanças que o texto original pode vir a sofrer, desde adaptação para o cinema, para a televisão, para o teatro etc. Para o pesquisador, tal estratégia “[...] consiste em constituir noções ou conceitos capazes de englobar todas estas formas para unificá-las ainda que as desmaterializando [...]” (CHARTIER, 1999, p. 71).

Os autores contemporâneos, assim nomeados por Chartier (1999), estão sujeitos a sofrer influência pluralística nos processos de concepção de suas obras: “[...] vemos obras que [...] são pensadas em relação ao que elas se tornarão [...]” (CHARTIER, 1999, p. 72). Enquanto os leitores de hoje, digitais, são poupadados das páginas recheadas de descrição ou que requerem reflexões profundas, assim entende Leyla Perrone-Moisés (2016). A pesquisadora destaca, ainda, que a “[...] a demanda pela narrativa [...] tem sido atendida pelo cinema, pela televisão e pela internet [...]” (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 259)

Dessa forma, simultaneamente à confecção do mapeamento de produções impressas de autoria de jovens internautas, voltamos também a atenção à participação deles em outros diferentes suportes midiáticos, como por exemplo, o cinema e a televisão, e também outros tipos de publicações impressas além dos livros, manuais, revistas, álbuns de figurinhas etc. Verificamos, ainda, uma significativa participação de jovens celebridades digitais em campanhas publicitárias, seja divulgando ou assinando produtos.

2.3.3 Geração youtuber: outras possibilidades

Segundo Canclini (2008), ser internauta aumenta, para milhões de pessoas, a possibilidade de serem leitores e espectadores. De internautas a leitores, de leitores a espectadores, a atuação dos internautas de sucesso tem levado seus seguidores a desempenharem diferentes papéis frente aos vários suportes, das telas aos livros impressos e destes às telas da televisão, do cinema e aos palcos dos teatros.

A percepção de Canclini (2008) vai de encontro à de Llosa (2013) quando ele diz que o que vivemos hoje é o predomínio das imagens sobre as ideias. Por esse motivo, as mídias audiovisuais como televisão, cinema e agora a internet, foram ajudando a deixar os livros para trás. Entretanto, o que verificamos retomando o objeto da pesquisa, livros assinados por jovens celebridades digitais, é que tem acontecido justamente um movimento contrário. O sucesso estrondoso dos youtubers na internet tem levado seus criadores, assim como seus leitores, antes apenas seguidores, a ter contato com outras diferentes formas de manifestação de seus ídolos, através de veículos de comunicação diferentes da internet.

O entendimento de Canclini (2008) a esse respeito adquire reforço a partir da teoria de Pellegrini (1997) quando ela afirma que:

Esse intercâmbio de meios [...] se não ajuda a despertar uma sensibilidade propriamente literária, é eficiente estratégia de estímulo ao consumo do livro, da peça, ‘bens culturais’ equivalentes aos inúmeros produtos vendidos nos intervalos comerciais da televisão ou do rádio. O importante é que um desperta o interesse pelo outro [...] (PELLEGRINI, 1997, s/p, grifo da autora).

Assim, compreendemos que Pellegrini (1997), já no final na década de 1990 e início dos anos 2000, anteviu aquilo que Jenkins (2008) batizaria, tempos depois, de convergência das mídias. Tais percepções nos levaram a constatar que muito do que se alardeou sobre o fim do livro, da Literatura e, por via de consequência do leitor, tenha caído por terra, pois o que presenciamos atualmente não é um fim no sentido drástico da coisa, mas sim uma transformação favorecida, especialmente, pela cultura da convergência que, por sua vez, tem posto em movimento os conceitos estabelecidos do que é Literatura, livro e leitor.

No que diz respeito às inúmeras opções referentes aos meios de comunicação usados pelos internautas que atualmente, por este motivo, não mais se limitam às telas dos aparelhos eletrônicos, Canclini (2008) diz que:

As fusões multimídia e as concentrações de empresas na produção de cultura correspondem, no consumo cultural, à integração de rádio, televisão, música, notícias, livros, revistas e Internet. Devido à convergência digital desses meios, são reorganizados os modos de acesso aos bens culturais e às formas de comunicação. Parece mais fácil aceitar o processo socioeconômico das fusões do que reconsiderar o que vinha sendo sustentado nos estudos sobre educação e leitura, nas políticas educacionais, culturais e de comunicação (CANCLINI, 2008, p. 33).

Esta nova dinâmica exploratória conduzida pelos jovens internautas criadores de conteúdo digital é vista como uma das principais responsáveis pelo processo de aceleração da

revolução de natureza cibernética, além, é claro, do surgimento de novas redes sociais e do caráter universal que a Internet passa a ter. Para Llosa (2013), as informações quebraram os limites antes impostos, tornando-se de acesso rápido e fácil, da mesma forma como as demais áreas da comunicação, que “[...] sofreram os efeitos transformadores da telinha [...]” (LLOSA, 2013, p. 24). Para o autor “[...] o mundo-tela deslocou, dessincronizou e desregulou o espaço-tempo da cultura [...]” (LLOSA, 2013, p. 24).

Assim, como base nas discussões de Canclini (2008) sobre as características normalmente atribuídas aos leitores e espectadores, concluimos que os estereótipos ligados a estes indivíduos “[...] se parecem e têm em comum o aspecto sedentário da imagem: o leitor sentado, lendo [...]. O espectador está assistindo o filme na poltrona do cinema ou no sofá de casa [...]” (CANCLINI, 2008, p. 42). E ainda: “[...] as convenções atribuem, ao leitor, mais atividade, porém intelectual, e ao espectador, passividade e dependência do espetáculo [...]” (CANCLINI, 2008, p. 42). Para o pesquisador, enganam-se os que acreditam que os internautas estão livres de esforços mentais para absorver aquilo que veem nos sites por eles acessados. Pesquisas demonstram, segundo Canclini (2008), “[...] que até mesmo o consumo da mídia aparentemente mais inativa implica em apropriação e reelaboração daquilo que se vê [...]” (CANCLINI, 2008, p. 42). Apesar da colocação um tanto quanto apocalíptica feita por este pesquisador, suas concepções ainda sim parecem legitimar, por exemplo, a importância de se considerar as produções textuais provenientes do ciberespaço.

Portando, diante das constantes participações das jovens celebridades digitais em diferentes meios de comunicação, é possível visualizarmos o caráter democrático do sistema cultural eletrônico. Esse sistema precisa de audiência e impele seus espectadores a digerir, sem que haja quebras, elementos e/ou partes de diferentes origens. É, portanto, a partir das mídias¹⁸, não importa qual seja, que as pessoas podem sentir que existe algo que é seu e, ao mesmo tempo, que é objeto de apropriação e de fruição.

Segundo Jenkins (2008), essa democracia, no entanto, só foi possível a partir do momento em que velhas e novas mídias convergiram. Dessa forma, entendemos que o processo de convergência modifica, também, a lógica de desenvolvimento próprios das indústrias midiáticas, de entretenimento e, por fim, de consumo. Diante deste cenário relativo à atuação de jovens internautas em outros lugares além do virtual, constatamos, de fato, que vivemos em uma cultura de convergência.

¹⁸ Levamos em consideração aqui a concepção de Lévy (2010), que entende as mídias como um suporte de mensagens transmitidas: “o impresso, o rádio, a televisão, o cinema ou a internet, por exemplo, são mídias” (LÉVY, 2010, p. 64).

Certamente, as ações empreendidas por esses *blogueiros e youtubers* por meio dos seus *posts* e de seus vídeos permitiram que eles entrassem em outras mídias também. Em outras palavras, “[...] a convergência representa uma oportunidade de expansão aos conglomerados das mídias, já que o conteúdo bem-sucedido num setor pode se espalhar por outras plataformas [...]” (JENKINS, 2008, p. 47). É o caso, por exemplo, de Kéfera Buchman, Thaynara OG e Cristian Figueiredo, entre outros, que conciliam suas atividades no mundo virtual com o cinema, teatro e televisão. Refletindo sobre a mesma situação, mas sob outro viés, é possível afirmar que a convergência pode levar internautas a assumirem a posição de eternos espectadores, o que provocaria uma erosão de seus mercados (JENKINS, 2008).

Embora as teorias de Jenkins (2008) e Canclini (2008) tenham sido lançadas originalmente em seus países nos anos de 2006 e 2007, respectivamente, elas trazem à tona colocações diferentes. Enquanto Canclini (2008) entende este movimento de transição das pessoas entre as mídias de maneira que estas possam assumir papéis distintos no instante em que quiserem, Jenkins (2008), por outro lado, comprehende que isso ocorre de forma mais rígida, ou seja, o indivíduo uma vez que tenha sido conquistado por uma mídia, seja ela qual for, irá se dedicar exclusivamente a ela, não sendo viável voltar àquela que originou todo o processo. Dessa forma e dentro do contexto que é objeto de análise desta pesquisa, as concepções de Canclini (2008) se fazem mais adequadas. Os jovens, antes apenas internautas e espectadores da mídia televisiva, agora são vistos rotineiramente realizando leituras de livros e revistas, assistindo peças de teatro, indo ao cinema, sem, contudo, deixar de lado a internet. E isto, presumimos ter relação com o fato de que aqueles internautas cujas redes sociais são acompanhadas fielmente, não só o fazem, mas também se manifestam nestas mesmas plataformas que promovem entretenimento.

Um desdobramento evidente desta mobilidade são as adaptações de livros para o cinema que têm sido feitas cada vez com mais frequência, inclusive, também no Brasil. Esse é um fenômeno bastante comum nos EUA, vistos os inúmeros lançamentos de filmes cujos enredos se baseiam nas narrativas encontradas em livros, como *Harry Potter* (Rocco, 2000), de J. K. Rowling; *Jogos Vorazes* (Rocco, 2010), de Suzane Collins, *A culpa é das estrelas* (Intrínseca, 2012) de John Green, dentre muitos outros. No Brasil, podemos elencar também vários que já foram adaptados para o cinema, desde clássicos da literatura aos mais recentes livros assinados por jovens internautas, como por exemplo *Eu fico loko* (Novas Páginas, 2015), da autoria do youtuber Christian Figueiredo, intitulada *Eu fico loko: o filme*, dirigido por Bruno Garotti, lançado em 2017 – empreendimento no qual o próprio youtuber atua

fazendo o “papel dele mesmo” – e do livro *Meus quinze anos* (Rocco, 2014), de Luiza Trigo, blogueira, cujo filme homônimo foi dirigido por Caroline Fioratti, sendo lançado também no ano de 2017. Ainda no cinema, o youtuber Lucas Rangel dublou uma das personagens do filme estadunidense *Tartarugas ninja: fora das sombras*, lançado nos cinemas brasileiros em 2016.

Também no ano de 2016, a youtuber Kéfera Buchmann, atriz profissional, atuou como protagonista no filme *É fada!* dirigido por Cris D’Amato, cuja trama se desenvolve em torno do livro *Uma fada veio me visitar* (Rocco, 2007), assinado por Thalita Rebouças, conhecida escritora de livros voltado ao público juvenil. E, em 2018, estrelou sua primeira novela na Rede Globo - *Espelho da Vida*. E assim como esses internautas, vários outros exploraram outras mídias e mercados.

Diante desse contexto, Jenkins (2008) questiona o que motivou a veiculação dos conteúdos das redes sociais em outras mídias, como por exemplo a televisão, sendo que hoje as pessoas estão mais ligadas à internet e outros meios de comunicação. Embora separados por alguns anos, as concepções de Sarlo (2000) parecem responder a Jenkins (2008) quando a autora diz que o discurso transmitido na televisão traz consigo, entre outras coisas, a sensação de maior familiaridade, apesar de que nesta mídia não se vive da distância, mas de mitos e tabus diários. Para a autora:

[...] Os meios audiovisuais de comunicação, que beneficiados pelo rompimento dos grandes centros modernos de construção ideológica, oferecem-nos, livres de qualquer suspeita de parcialidade, quase todas as ficções do social que consumimos. Apresentam-se a nós como espaços gerais, abertos e pluralistas. São assim reconhecidos pelos públicos audiovisuais, justamente porque já não podem reconhecer nem na política, nem em qualquer outra parte, a capacidade de se emitir uma mensagem que seja ao mesmo tempo includente e verossímil (SARLO, 2000, p. 177).

Apesar das críticas, Sarlo (2000) admite que o aprendizado facilmente proporcionado aos espectadores da televisão “[...] é barato, antielitista e nivelador [...]” (SARLO, 2000, p. 91).

Em relação à televisão, podemos citar vários influenciadores digitais que também atuaram nessa mídia, a exemplo da blogueira Isabela Freitas que teve seu livro *Não se apega, não* (2014), transformado em uma série para televisão no ano de 2015, transmitido pela Rede Globo; Christian Figueiredo também teve o quadro no Fantástico, intitulado *Me conta lá no quarto*, na mesma emissora no ano de 2016. O SBT ainda no ano de 2016 lançou um quadro

no Programa do Raul dedicado à exclusiva atuação de jovens youtubers - *Os youtubers querem saber*. O programa contava com a participação de Bruna Martins – conhecida pelo nickname Niina Secrets, Maísa Silva, Lucas Olioti e Cho Young Lae, cujos nicknames são T3ddy e Pyong Lee, respectivamente.

O teatro também contou com a participação de algumas jovens celebridades digitais como o gamer e youtuber, Pedro Afonso, conhecido na rede por seu nickname Rezende Evil, que viaja pelo Brasil desde de 2016 com o show *Paraíso*, um espetáculo em que mostra suas habilidades com os games e, ao mesmo tempo, compartilha dicas com seus seguidores. A youtuber Bianca Andrade é responsável pela peça *Boca rosa*, estreada em 2016 e dirigida por Afra Gomes e Leandro Goulart, e também a blogueira Isabela Freitas com a peça lançada em 2017, *Desapega*, enquanto Evelyn Regly também levou aos palcos do teatro em 2017 sua peça *Babados da vida*, entre outros.

No próximo subitem a seguir, poderemos analisar a dinâmica de empreendimentos publicitários e de *marketing* liderados por jovens criadores de conteúdo digital. Achamos por bem dedicarmos um espaço a esta análise por conta da importância da compreensão do *status* de objeto de consumo concedido ao livro impresso, sobre o qual, adiantamos, existirá uma adequada análise.

2.3.4 Nada é por acaso no mercado da internet

Não é de agora que a publicidade utiliza pessoas de grande apelo popular para fazer propaganda de seus produtos. Antes da internet e do “*boom*” das redes sociais, os queridinhos das campanhas publicitárias eram as estrelas da televisão, do cinema, da música ou do mundo do esporte, pessoas distantes do grande público. Entretanto, o que se vê atualmente é o movimento inverso, ou seja, “gente como a gente” que por meio de suas redes sociais tornaram-se populares e referência em assuntos específicos com o poder de influenciar decisões de compras de milhares de pessoas mundo afora. E é nesse grupo de pessoas que as marcas têm apostado e investido cada vez mais para que divulguem seus produtos e serviços. Razões para isso? A primeira é que milhões de pessoas se inspiram em seus ídolos digitais preferidos como referência para tudo. A segunda: “[...] a noção é de que qualquer coisa que essas pessoas especiais tocam vira ouro. Se falarem sobre um produto ou ideia, ele vai se tornar popular [...]” (BERGER, 2014, p. 14). Esse é o marketing do futuro. Futuro este que já chegou.

Nessa linha de raciocínio é importante destacarmos que nunca antes houve um diálogo tão próximo entre o público consumidor e o mercado. É impossível negarmos que os influenciadores digitais estão na crista da onda. Seja através do *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, ou outra rede social da qual façamos parte, é quase impossível encontrar alguém que, em algum momento, não acabe procurando por informações e até consumindo algum produto indicado digitalmente por outra pessoa. As parcerias entre as celebridades digitais e as empresas permitiram, entre outras coisas, uma relação mais próxima e de confiança entre pares. Ao endossar um produto ou serviço, os influenciadores diferenciam a empresa no mercado. Agregam mais valor a ela e, consequentemente, potencializam sua capacidade de conversão em vendas. Conforme Zanette:

A opinião do influente levada em conta por aqueles que o seguem, quando estes fazem suas escolhas mediante recomendações partidas do mesmo. No mais, indivíduos adotam certos comportamentos dos influentes, ainda que não haja recomendações por parte desses últimos, o que representa uma forma de influência por contágio (ZANETTE, 2017, p. 20).

Uma foto postada no *Instagram* mostrando determinado produto já é o suficiente para uma procura frenética pela mercadoria. As empresas acompanham o desempenho dos *blogueiros* e *youtubers* e elegem aqueles que julgam serem mais adequados para promover suas marcas. Assim, podemos afirmar que o sucesso desses jovens produtores de conteúdo digital não se restringe apenas aos filmes, televisão, teatro ou publicação de livros. Vai muito além, alcança outros nichos inimagináveis há alguns anos.

Os influenciadores são, portanto, como um novo canal de mídia. Diferentemente das celebridades das mídias tradicionais, em que a imagem era vista separadamente do canal, os *influencers* são o próprio canal. Fazer propaganda, promover produtos nesse novo veículo é na verdade adquirir a relação estabelecida entre o influenciador e seus seguidores. Assim, “[...] o renome de uma assinatura se adquire pela promoção publicitária do artista, pelo marketing de uma imagem [...]” (COMPAGNON, 1996, p. 97).

Em cenários como estes, a divulgação de produtos ou ideias por jovens influenciadores digitais potencializa sua visibilidade, aumentando o número de vendas e, consequentemente, do lucro. Desta forma, um canal ou um blog em que se veicula *posts* ou vídeos sobre viagens, estilos de vida, por exemplo, muito provavelmente serão destinados artigos ligados a esse conteúdo, como hotéis, empresas aéreas etc. A mesma situação acontecerá, também, com aqueles que em suas redes sociais se dedicam à realização de

comentários ou resenhas de livros, os *booktubers*. Estes últimos, por sua vez, serão convidados a fazerem parcerias com as editoras e, muito provavelmente, receberão os mais recentes e diferentes lançamentos da indústria literária.

Segundo Berger (2014), o importante é disponibilizar a estes jovens divulgadores produtos dos quais gostem e que com eles possuam alguma relação. Assim, ficarão satisfeitos em divulgá-los. Nesse sentido, é necessário frisarmos que o posicionamento dos jovens influenciadores digitais frente aos produtos de divulgação se baseia na experiência quanto ao uso destes, e tende, claramente, a ser marcado por observações de caráter positivo, já que ao se fazerem críticas desfavoráveis, incorrem no risco de perderem as parcerias, embora os legitime ainda mais diante do público que os segue.

No campo da produção de livros por jovens influenciadores digitais, usa-se, também, a participação de seus seguidores como referência para mensurar a aceitação das obras lançadas. Por vezes, os fãs opinam sobre os gêneros ou assuntos que gostariam que fossem abordados em futuras publicações, influenciando as escolhas dos escritores.

De acordo ainda com Berger (2014), “[...] independentemente do quão trivial ou sem graça um produto ou ideia possa ser, sempre existe jeito de torná-lo contagioso [...]” (BERGER, 2014, p. 17). Frente a esse entendimento, nos perguntamos se a crescente utilização da imagem de jovens blogueiros e *youtubers* seria, então, uma estratégia comercial a ser colocada em prática pela lógica do mercado editorial? Bom, não há dúvidas quanto ao poder de influência dos produtores de conteúdo digital em relação ao seu público. Razão pela qual os produtos por eles divulgados obtêm muita notoriedade e crescente demanda. Berger (2014) destaca ainda que os seguidores destes internautas gostam de imitar seus ídolos virtuais, por isso procuram se vestir com as mesmas peças de roupas, frequentar os mesmos lugares de passeio, ler os mesmos livros, entre outras coisas. É um comportamento intrínseco aos seres humanos, diz Berger (2014, p. 107): “[...] para reduzir nossa incerteza, com frequência olhamos o que os outros estão fazendo e vamos atrás. Presumimos que, se estão fazendo aquilo, é porque deve ser uma boa ideia [...]”.

Para Jenkins (2008), esse comportamento ajuda a criar uma espécie de comunidade em torno da organização ou da marca que estão sendo divulgadas. Estes grupos formados por consumidores fiéis, além de compartilharem informações sobre um determinado produto, também possibilitam que estruturas sociais sólidas sejam criadas entre vendedores e consumidores, ou seja, quando os internautas/seguidores são expostos às propagandas de produtos através dos influenciadores digitais, eles se juntam a favor da venda dos produtos ali

anunciados. Logo, grupos formados por consumidores usuários da internet possuem muita força quanto à realização de exigências ou sugestões, coisa que os não usuários não têm. *Online*, avaliam a qualidade juntos. Discutem padrões de qualidade. Moderando os significados do produto, criam e recriam o conceito da marca, juntos (JENKINS, 2008). No campo da produção de livros por jovens web celebridades, usa-se, inclusive, a manifestação de seus seguidores como termômetro para medir a recepção das obras lançadas. Por vezes, os fãs opinam sobre os temas ou gêneros que poderiam ser trazidos ao público por meio de seus registros impressos, influenciando as decisões dos escritores.

Certamente, empresas patrocinadoras, ao tentar achar líderes de opinião que endossem seus produtos, realizam gastos absurdos (BERGER, 2014). Pensar sobre essas questões - gastos apresentados pelas empresas solicitantes do trabalho desenvolvido por jovens navegantes - nos leva a outra reflexão: com o passar do tempo não se tornariam tais influenciadores caros, inacessíveis ou destituídos do aspecto autêntico e exclusivo? Afinal, se todas e quaisquer empresas desejam usar a imagem destas jovens celebridades digitais ligada aos seus produtos ou a suas ideias, até que ponto esta estratégia se faria inovadora? Em tentativa de se diferenciarem, alguns contratantes têm investido nos microinfluenciadores, isto é, aqueles que ainda não possuem uma grande expressividade na atuação no mundo virtual e, consequentemente, pouco reconhecimento entre os internautas¹⁹. Devemos nos atentar também ao fato de que a fim de atenderem demandas mútuas, existem empresas que fazem uma espécie de monitoramento na internet: se algum jovem blogueiro ou *youtuber* vier a demonstrar desejo em fazer uso de algum produto e, se o fabricante de tal produto estiver disposto a querer divulgá-lo, o negócio é efetivado. Neste específico caso, não há a realização de investimentos financeiros pelas partes envolvidas (CELESTE, 2016).

Muito provavelmente, estas relações comerciais também ocorrem no campo da produção de livros impressos de autoria de jovens internautas. Como será possível verificarmos mais à frente neste trabalho. Adiantamos, porém, que as grandes editoras brasileiras escolheram publicar os livros assinados por produtores de conteúdo digital que têm reconhecimento dentro e fora de suas redes sociais, visualizando, necessariamente, o grande público que poderá ser alcançado e o lucro a ser obtido com as vendas.

Nesta linha de raciocínio, Llosa (2013) afirma que as publicidades e os modismos são sérios obstáculos para a criação de indivíduos independentes, “[...] capazes de julgar por si

¹⁹ Squid, plataforma de pesquisa de marketing com foco em microinfluenciadores. Disponível em: <https://www.squidit.com.br/>. Acesso em: 10 dez. de 2018.

mesmos o que apreciam, admiram, acham desagradável e enganoso ou horripilante em tais produtos [...]” (LLOSA, 2013, p. 24). Podemos citar como exemplos desse fato a comercialização das coleções de esmaltes da marca Studio 35, batons e sombras, da marca Tracta assinadas, respectivamente, pela *youtuber* Kéfera Buchmann e por Lia Camargo, blogueira e autora de livro; a linha de sapatos femininos assinada pela blogueira e escritora Melina Souza, e muitos outros.

Em relação às campanhas de divulgação estreladas por jovens produtores de conteúdo digital podemos elencar as sessões de fotos feitas para as linhas de acessórios e peças de roupas da marca Coca-Cola e das lojas Renner, cujos garotos propagandas foram, respectivamente, os *youtubers* Bruna Vieira e Christian Figueiredo; uma propaganda da marca Colgate e também shampoos e condicionadores, da marca Tresemme, feitas pela blogueira de moda e cotidiano Camila Coelho, entre diversos outros.

O movimento de ascensão de jovens *blogueiros* e *youtubers* chegou também ao comércio das revistas com o lançamento de álbuns de figurinhas, manuais e livros para colorir, trazendo, é óbvio, à tona os temas dos internautas de sucesso.

A escolha desses jovens internautas de sucesso no mundo virtual em detrimento das tradicionais personalidades da televisão, música ou esporte apenas reafirma o *status* de celebridade e de credibilidade que estes criadores de conteúdo digital conseguiram alcançar. Estes jovens têm o que poucos artistas conseguem alcançar: o reconhecimento por parte da grande massa.

O sucesso é tão grande desses jovens na internet que muitas crianças e adolescentes também querem ser astros desse mundo. E de olho nesse público, algumas empresas passaram a oferecer serviços especializadas para promover e treinar os aspirantes a celebridades digitais. Há, também, serviços de assessoria para aqueles que já têm uma certa estabilidade no meio, mas precisam de ajuda para melhorar sua participação nas redes sociais.

O público investidor também tem a sua disposição consultorias voltadas exclusivamente para esse setor, elas fornecem aos seus clientes informações constantemente atualizadas sobre as tendências de mercado, além de informações em relação às web celebridades que querem estabelecer contato e, a até firmar um contrato. É necessário, entretanto, deixarmos claro que o mercado explorado por essas empresas não abrange apenas blogueiros e *youtubers*, mas também internautas de outras redes sociais, como os *instructors*, *facebookers*, entre outros.

Na próxima seção, refletiremos acerca das transformações pelas quais o livro fora submetido, alcançando seu(s) estado(s) atualmente vigentes.

3 YOUTUBERS E BLOGUEIROS NAS PRATELEIRAS DAS LIVRARIAS: UM MAPEAMENTO

A partir da coleta de dados para a realização desta pesquisa, constatamos uma forte e diferente tendência no mercado editorial brasileiro, a publicação de livros assinados por youtubers e blogueiros. O levantamento ao qual nos referimos no decorrer desta pesquisa limita-se à coleta realizada entre os anos de 2012 a 2018, perpassando, portanto, por três anos de publicações impressas, com um total de cento e cinquenta e nove livros publicados²⁰. Com base nos estudos empreendidos durante esta pesquisa, foi possível observarmos um crescente investimento, por parte do mercado editorial, em publicações impressas de autoria de jovens celebridades da internet. Entretanto, é importante destacarmos que o movimento exploratório deste ramo da indústria do livro começou a se fortalecer a partir de 2012.

No decorrer do processo de feitura desta pesquisa, consideramos diversas categorias, entre elas: autores, obras, editoras e selos. Dessa forma, para fins de exemplificação ao longo deste trabalho, elencamos somente alguns títulos de autoria de jovens blogueiros e youtubers, optamos por assim fazer devido ao grande número de livros recolhidos a partir da escolha deste recorte temporal.

Apresentaremos, no subitem a ser apresentado a seguir, uma breve exposição em relação àquilo que pudemos averiguar em anos anteriores aos delimitados para esta investigação.

3.1 Quando tudo começou a mudar

Data do ano de 2004, o primeiro livro impresso escrito por uma celebridade digital brasileira: o *Casa da Chris*, da blogueira Chris Campos (2004), que dava dicas sobre organização de interiores. Dois anos depois Raquel Pacheco (Bruna Surfistinha), blogueira que obteve grande notoriedade ao escrever sobre suas experiências sexuais quando trabalhava como prostituta, lançou seu primeiro livro - *O Doce Veneno do Escorpião: o diário de uma garota de programa*. Logo depois - *O que aprendi com Bruna Surfistinha: lições de uma vida nada fácil* (2006), e outro, em 2008, intitulado - *Na cama com Bruna Surfistinha: receitas de prazer e sedução*. Em 2012 publicou mais um livro - *100 dicas de sedução de Bruna Surfistinha*, todos pela editora Panda Books.

²⁰ O montante de dados coletados nesta pesquisa encontra-se no anexo.

Em 2016, Edson Rossatto, *blogueiro* e roteirista de história em quadrinhos, publicou o primeiro de seus quatro livros – *Expresso 600* (Editora Andross, 2006). Mas apenas um deles tinha relação direta com o conteúdo do seu blog, o *Toques para mulheres: crônicas bem humoradas sobre o universo feminino na visão de um homem* (Editora Giz Editorial, 2012).

Percebemos, no entanto, que nos primeiros anos de produção (2008 e 2012) foram poucas as publicações assinadas por jovens internautas, dentre eles estão o *Ordinário*, de Rafael Sica (Editora Quadrinhos na CIA, 2010); *Divino mel*, de Íris Figueiredo (Editora Draco, 2011) e *Carnaval*, de Luiza Trigo (Rocco, 2012). A grande maioria das produções escritas e impressas naquela época foi feita por adultos e para adultos.

O investimento nesse novo nicho de escritores deveu-se basicamente a um concurso literário promovido pelas editoras Singular Digital e Universo do Autor, ambas já extintas. As publicações foram então resultado dessa competição, chamada Prêmio *BlogBooks* que contava com duas fases. Na primeira, todos os inscritos participam e o público votava clicando em selos no próprio blog. Já na segunda fase, os 10 blogs mais votados pelo público em cada categoria eram avaliados por uma comissão, formada pelos vencedores do ano anterior e editores das empresas Ediouro. Um blog de cada categoria: humor, educação, arte, religião, entre outros, era escolhido para virar livro. Os vencedores ganhavam também a festa de lançamento e os *royalties* pelas vendas.

É desse período as publicações das obras: *Kibe Louco* (Antônio Tabet), *Deu Blogão* (Aguinaldo Silva), e várias outras. Alguns desses autores/ blogueiros continuaram publicando seus livros em outras editoras com o passar dos anos.

Notadamente, não se deve apenas ao concurso *BlogBooks* o investimento na publicação impressa de conteúdo digitais no Brasil, mesmo sendo esse um dado que se destaca ao pesquisarmos o tema, trinta livros foram lançados por adultos para pessoas da mesma faixa etária. Por outro lado, embora o *Youtube* tenha sido criado no ano de 2005, não existe nenhum livro escrito e publicado por adultos ou jovens usuários dessa plataforma nesse período. Todas as obras publicadas entre 2008 e 2012 são originárias de blogs e websites pessoais. Não há, portanto, nenhuma exceção.

Hoje as editoras não fazem mais concursos ao estilo do *BlogBooks*, e nem os internautas precisam participar desse tipo de evento pra serem publicados. A dinâmica é outra. Agora são as editoras que buscam essas pessoas para publicarem o que elas produzem em suas redes sociais. O critério adotado pela indústria dos livros é bem simples: o número de seguidores, compartilhamentos e comentários que determinado influenciador digital tem, pois são esses

números que apontam para o potencial de vendas. Afinal, publicar livros sempre foi e continua sendo um negócio e, como tal, precisa ter sucesso e, consequentemente, lucro. Sem dúvida o universo dos youtubers movimenta muitas pessoas, marcas e dinheiro.

3.2 A indústria do livro no Brasil: uma nova dinâmica

Se no início havia o predomínio de escritores adultos escrevendo para adultos, hoje é o contrário. A maioria dos internautas administradores de blogs, canais no Youtube e outras redes sociais estão entre os quinze e vinte e cinco anos de idade. Nessa faixa etária, cerca de 120 já publicaram seus livros, um número importante se comparado ao das crianças entre 5 e 12 anos de idade e ao dos adultos, ambos com uma média de 15 e 90 autores respectivamente.²¹

A pesquisa realizada nos possibilitou verificarmos que os livros emergidos deste meio têm como tema principal a juventude, rotineiramente tratada nas redes sociais de origem dos produtores de conteúdo digital. Daí provavelmente nasce o sucesso deste fenômeno: a identificação e a empatia estabelecidos entre autores e leitores passam a possuir múltiplos significados, sendo um deles a descoberta de textos capazes de demonstrar sentimentos, ainda que individuais e próprios a cada um, constituem-se como sentimentos universais, compartilhados por seus pares.

Verificando quantitativamente os dados colhidos no mapeamento, percebemos que existe uma procura, por parte das editoras, por jovens blogueiros e *youtubers* que possuam um grande número de seguidores, como por exemplo, os blogueiros Bruna Vieira, Isabela Freitas e os *youtubers* Christian Figueiredo, Felipe Neto e Kéfera Buchmann, entre outros. As editoras se baseiam no número de comentários por postagem nos *blogs* ou na quantidade de inscritos nos canais do *Youtube*, assim como o desempenho dos jovens internautas em outras redes sociais. Observamos também que as editoras quando percebem que existe um interesse por parte dessas pessoas em se tornarem escritores, as procuram via redes de comunicação com propostas para publicações.

Ressaltamos que, apesar de hoje existirem muitas alternativas em relação às redes sociais onde seus usuários podem se manifestar, ainda assim, majoritariamente, com base nos dados quantitativos também assumidos pelo levantamento, as editoras preferem procurar por jovens navegantes que possuem *blogs* e/ou canais do *youtube*. Entretanto, dentro desse

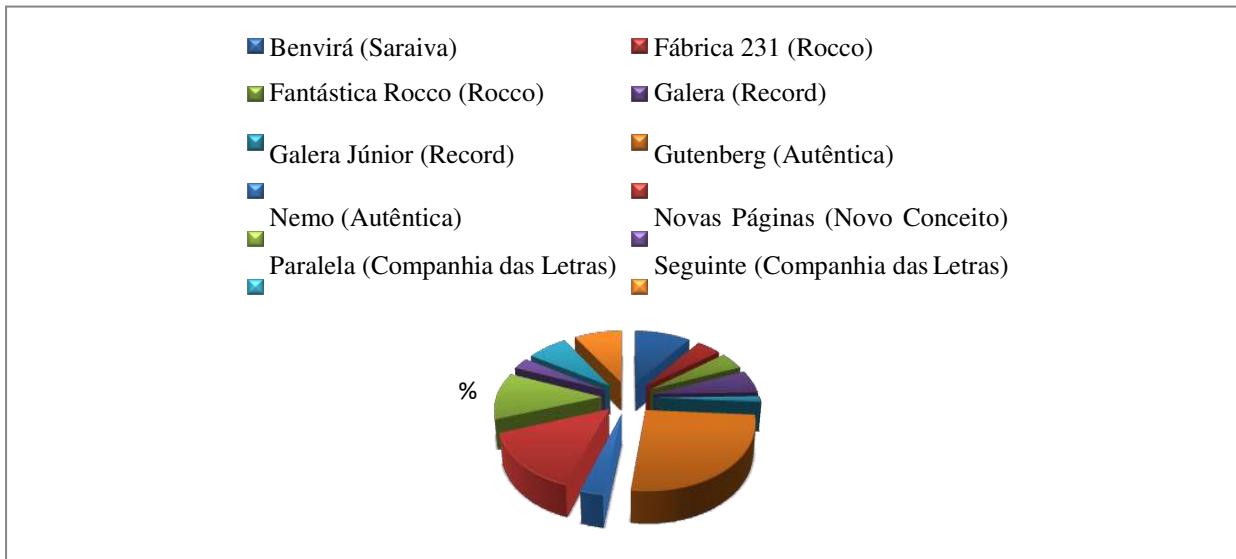
²¹ Em razão da efemeridade que marcam os dados da pesquisa é possível que esse número tenha se modificado durante o período de estudo.

panorama há exceções, como o livro *Seu moço* (Chiado Editora, 2015), de Patrícia Pirota, cujo conteúdo de sua obra advém de postagens no *Twitter*.

3.2.1 Editoras e seus selos

Essa nova dinâmica vivida pelo mercado editorial brasileiro traz também um fato curioso que chama atenção: a criação de selos específicos para publicar os livros de autoria dessas celebridades digitais. Como por exemplo Autêntica, com os selos Gutenberg (26%) e Nemo (3%); a Companhia das Letras, com os selos Seguinte (6%) e Paralela (12%); a Novo Conceito, com o selo Novas Páginas (15%); a Objetiva, com o selo Suma de Letras (7%); a Record, com os selos Galera (6%), Galera Júnior (1%) e Verus (9%); a Rocco, com os selos Fábrica 231 (4%) e Fantástica Rocco (4%); e, por fim, a Saraiva, com o selo Benvirá (10%), como podemos observar, com base nos gráficos a seguir:

Gráfico 1 – Publicações em selos de grandes editoras.

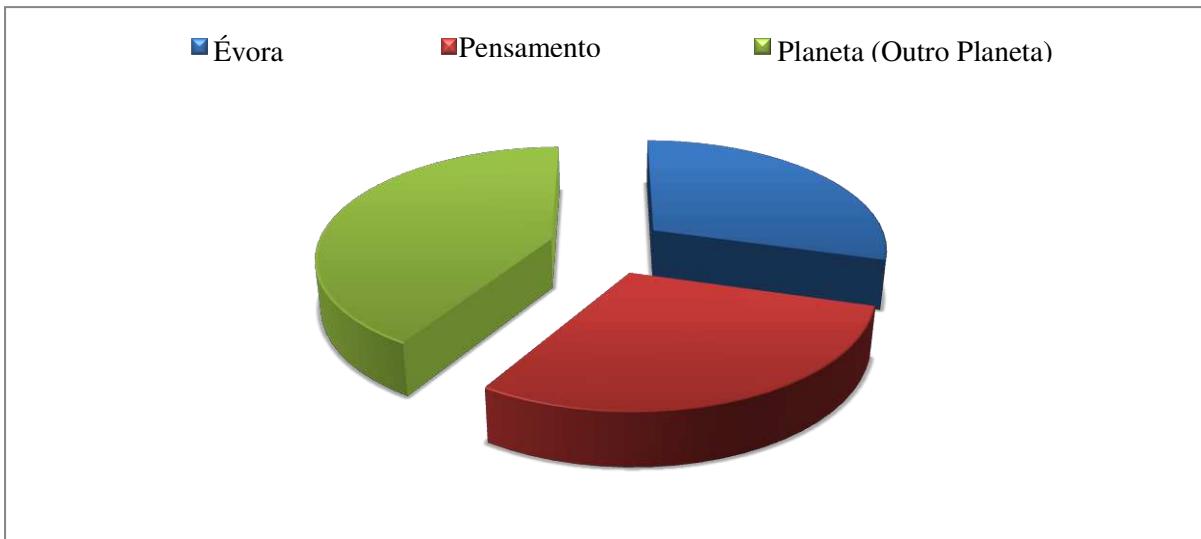


Fonte: Autoria própria (2019)

Até mesmo algumas editoras que não tinham até o momento grande expressividade na divulgação de suas publicações em território brasileiro e sendo pouco reconhecidas, passaram a apostar em livros assinados por jovens internautas e, por essa razão, começaram a ter mais notoriedade nas feiras e exposições literárias. Como por exemplo, editoras como Planeta, com o selo Outro Planeta (41%); Évora, com o selo Generale (30%); e Pensamento, com o selo Jangada (29%), enumerando-as em ordem decrescente quanto à quantidade de publicação de

obras selecionadas. Ilustramos este cenário com a seguinte representação gráfica:

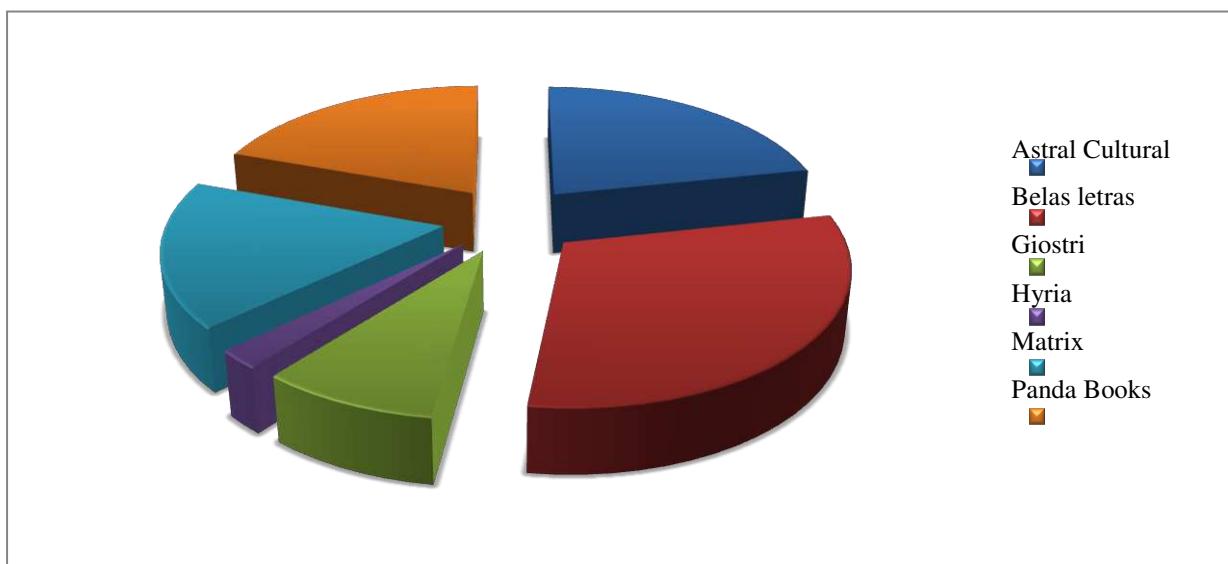
Gráfico 2 – Publicações em *selos* de pequenas editoras.



Fonte: Autoria própria (2019)

Verificamos, também, que editoras menores, pelo menos no que diz respeito aos livros de jovens internautas, não aderiram, no período demarcado na pesquisa, à criação de selos específicos, usando para isso suas marcas principais, como Belas Letras (30%), Astral Cultural (22%), Panda Books (20%), Matrix (17%), Giostri (9%) e Hyria (2%), citando-as em ordem decrescente no que concerne ao número de produções de interesse. Observamos melhor esta dinâmica ao expormos o gráfico a seguir:

Gráfico 3 – Publicações em pequenas editoras.



Fonte: Autoria própria (2019)

Em contrapartida, editoras menores vão em busca de jovens internautas que, nas redes sociais, ainda andam a passos pequenos e, por isto, não possuem um número expressivo de seguidores. Neste último caso, então, o que acontece é o crescimento de ambas as partes. Aqui está, também, mais uma evidência do caráter democrático da internet: ao mesmo tempo em que jovens escritores, ainda sem um número significativo de seguidores, têm a oportunidade de publicar seus livros e, do outro lado, as pequenas editoras, antes sem vez no mercado, conseguem, a partir de então, ter uma posição mais igualitária junto às editoras já consagradas no mercado na disputa pelo público consumidor.

Em seguida, será possível verificarmos várias elucidações a respeito do montante de livros assinados por jovens influenciadores digitais, desde informações trazidas em suas fichas catalográficas, até mesmo os gêneros literários e textuais que se fizeram frequentes a partir da análise deste grupo de dados.

3.2.2 Os livros escritos por jovens influenciadores digitais

A coleta de dados dos livros produzidos por jovens influenciadores digitais nos permitiu explorarmos outros elementos, para além do viés quantitativo, como até agora o fizemos. Pretendemos, então, aqui apresentar algumas informações que puderam ser observadas a partir de um olhar cuidados direcionado aos aspectos em destaque, levando em consideração os conteúdos trazidos nos livros além de outras demais informações.

3.2.3 Os livros e suas fichas catalográficas

Atualmente, há um grande número de jovens youtubers e blogueiros que produzem uma infinidade de diferentes conteúdos em suas redes sociais diariamente. De forma análoga, existem, também, uma série de publicações impressas assinadas por eles que trazem uma diversidade de temas e gêneros, como é possível verificar no apanhado de dados coletados nesta pesquisa.

A realização de uma atenta verificação das fichas catalográficas pertencentes a alguns dos livros escritos por estes jovens internautas nos permitiu verificar as discrepâncias entre os conteúdos presentes em tais obras e a classificação de gêneros proposta por suas respectivas editoras.

Selecionamos alguns livros coletados a partir do mapeamento realizado, com base em seus conteúdos, em cinco grupos distintos de gêneros literários e textuais, a saber: relato autobiográfico, interativo, manual e tutorial e crônica. Isto porque as demais obras referentes a outros gêneros, como por exemplo, as narrativas ficcionais, as histórias em quadrinhos, poemas e as *graphics novels*, não apresentaram evidências de divergências em suas categorizações.

Dessa forma, desde já reiteramos que a análise a ser realizada a partir dos demais subitens leva em consideração o conteúdo constante nos livros, não nos prendemos, então, apenas às categorizações de suas fichas catalográficas. Encontram-se, a seguir, alguns esclarecimentos acerca dos dados obtidos.

I- Gênero detectado: manual

O livro de autoria da youtuber Camila Loures, *Manual de sobrevivência do adolescente: os spoilers que ninguém te contou* (Astral Cultural, 2016) que é classificado como obra de autoajuda e autoconhecimento por estar cheia de dicas, instruções e sugestões sobre o tema em questão, não possui o gênero manual ou tutorial expresso em sua ficha catalográfica. Nesse mesmo sentido, a ficha catalográfica de *Amiga, deixa de ser trouxa: o manual de relacionamento da diva depressão* (Matrix) dos youtubers Eduardo Camargo e Filipe Oliveira (2016) traz para os leitores poucas informações quanto ao conteúdo abordado, fornecendo apenas aspectos gerais presentes no texto, como as relações existentes entre homens e mulheres, humor, etc.

II - Gênero detectado: crônica

Quanto ao gênero identificado como crônica, mais uma vez verificamos que existem divergências quanto ao conteúdo dos livros e os dados das fichas catalográficas. Em *A menina que colecionava borboletas* (Gutenberg), da blogueira Bruna Vieira (2013), por exemplo, que é claramente uma crônica, em sua ficha catalográfica está descrito apenas como literatura juvenil. Da mesma forma acontece com a obra de Ique Carvalho - *Faça amor, não faça jogo* (Gutenberg), também não traz em sua ficha o gênero literário referente ao qual pertence, a crônica. Traz, por outro lado, os campos temáticos que o texto trata, como: autoajuda, amor, autoconsciência e reflexões.

III- Gênero detectado: interativo

Percebemos que a ficha catalográfica do livro - *As coisas mais legais do mundo* (Verus, 2016), da blogueira e youtuber Karol Pinheiro, o classifica como compilação de crônicas. Desprezando, dessa maneira, as características de sua estrutura interativa, que diverge totalmente do conceito de crônica dado pela Teoria Literária. O mesmo acontece com *O sensacional livro antitédio*, de Lucas Rangel (2016).

IV - Gênero detectado: relato autobiográfico

Novamente, a catalogação de relatos autobiográficos também possui elementos que divergem quanto ao conteúdo dos livros. *Em Eu fico loko: as desventuras de um adolescente nada convencional* (Novas Páginas), do youtuber Christian Figueiredo(2015), por exemplo, embora seja descrito por sua editora como compilação de crônicas e saibamos que o universo relativo a este gênero contempla os relatos autobiográficos, seria mais adequado catalogá-lo como autobiografia. Situação semelhante acontece com *Diário de um adolescente apaixonado* (Novas Páginas), de Rafael Moreira (2015), que é catalogado como ficção brasileira e, entretanto, nada mais é do que um texto autobiográfico.

Assim, diante destas constatações, concluímos que há por parte das editoras uma certa dificuldade, ou talvez seja apenas uma opção, ambas relacionadas à imprecisa categorização dos gêneros e espaços por materiais por elas produzidos e comercializados. Em alguns casos específicos, percebemos que quem é definido é o autor e não a obra.

É preciso frisarmos, todavia, que mesmo havendo incompatibilidade entre a categorização dos gêneros dos livros analisados neste estudo e seus conteúdos reais, isto não se configura como uma regra geral seguida por todas as editoras, ou seja, não podemos generalizar tal fato com base no recorte que fizemos nesta pesquisa. Podemos, entretanto, entender tais constatações como um ponto de partida para outras possíveis e futuras averiguações. Além disto, é necessário fortalecermos o argumento de que não necessariamente os livros sobre os quais nos debruçamos possuem características que dizem respeito a um único gênero literário ou textual. É, portanto, importante que analisemos cada texto de modo aberto e não conclusivo, sem, é claro, desrespeitarmos os caminhos que ele próprio nos abre para compreendê-los.

3.2.4 Em busca de uma literatura legitimada

É nítido o interesse, por parte das editoras brasileiras, em realizar parcerias e colaborações entre os influenciadores digitais com autores já consolidados no que diz respeito à Literatura Brasileira voltada aos jovens. As primeiras escritoras a aderirem a este movimento foram Paula Pimenta²² e Thalita Rebouças²³. Como exemplo, podemos citar os livros *Um ano inesquecível* (2015), escrito em parceria entre as autoras mencionadas e as blogueiras e *youtubers* Bárbara Dewet e Bruna Vieira, evidenciando o contraste entre a escrita madura e experiente de adultos de meia-idade com o olhar único daqueles que se comunicam com os jovens enquanto ocupam lugar semelhante a estes.

Neste campo de produção, trazemos também a título de exemplo o lançamento do livro *Turma da Mônica jovem: uma viagem inesperada* (Nemo, 2017), ocorrido no início de 2017. Este conjunto de contos é assinada pelas *youtubers* Bárbara Dewet, Carol Christo, Melina Souza e Pâmela Gonçalves, responsáveis por criar pequenos contos para as personagens idealizadas por Maurício de Souza, consagrado quadrinista brasileiro.

Podemos entender que essa nova dinâmica de produção de livros impressos, à qual reconhecidos autores brasileiros se submetem, incentivados, obviamente, por suas editoras, como uma espécie de movimento por meio da qual se oportuniza a renovação e a sobrevivência de seus legados frente à demanda dos jovens em relação aos blogueiros e *youtubers* de sucesso. Ao realizar parcerias com estes, que atualmente conversam de forma mais próxima e aberta junto a seus pares, renovam o desenvolvimento de suas escritas, além da possibilidade de exploração de públicos leitores até então não atingidos ou adequadamente desbravados. Outrossim, vislumbramos também a criação de vínculo com as novas gerações.

Nesse contexto, até mesmo artistas já com carreiras consolidadas em outras mídias têm investido no mercado de livros. Como é o caso, entre outro, dos atores João Guilherme Ávila e Larissa Manoela. Alguns lançam suas produções em autoria solo – é o caso de João Guilherme Ávila, *João sendo João: meu mundo* (Outro Planeta, 2016). Enquanto outros, em parceria com escritores já conhecidos no mercado, como é o caso de Sophia Abrahão, que

²² Paula Pimenta, nascida em Belo Horizonte, é autora da série de livros *Fazendo meu filme* (2008) e *Minha vida fora de série* (2011) são exemplos a serem citados, que, inclusive, foram traduzidos e hoje são comercializados em países como Espanha e Portugal. Também tem como público alvo os jovens.

²³ Thalita Rebouças, nascida no Rio de Janeiro é autora de livros juvenis: *Traição entre amigas* (Rocco, 2000), *Tudo por um pop star* (Rocco, 2003), e também de *Fala sério, mãe!* (Rocco, 2004), que deu origem a cinco outros volumes também direcionados ao público adolescente. Seus livros já ganharam adaptações para televisão, teatro e cinema.

publicou em coautoria com a escritora de ficção fantástica Carolina Munhóz, os livros - *O reino das vozes que não se calam* (Fantástica, 2014) e *O mundo das vozes silenciadas* (Fantástica, 2015).

Podemos, diante disso, afirmar que, em parte, o sucesso que essas personalidades do *show business* já possuíam devido às suas atuações em outras mídias, ajudou a alavancar suas entradas no mercado do livro. Entretanto, é difícil vislumbrarmos tal possibilidade se não estivéssemos vivendo hoje em meio a essa dinâmica tão significativa de produções de livros por jovens youtubers e blogueiros. Talvez seja possível pensarmos sobre o *status* de celebridade que atualmente é atribuído aos internautas, o que facilitaria a aceitação de publicação por parte de atores ou cantores de sucesso. Afinal, tanto os influenciadores digitais quanto estes últimos disputam a atenção do público e do mercado, uma vez que ambos são vistos como ídolos ou exemplos a serem copiados de jovens bem sucedidos.

Para além dos textos em prosa, quase a maioria entre os livros publicados, há também outros gêneros pelos quais os jovens influenciadores digitais passem, como exploraremos a seguir.

3.2.5 Livros interativos

Os livros interativos conquistaram um grande público no Brasil a partir de 2013 com os lançamentos de *Destrua este Diário* (SMITH, 2013), *Termine este livro* (SMITH, 2014) e o *Mundo imaginário de* (SMITH, 2015) da escritora norte-americana Keri Smith, publicados pela editora Intrínseca.

Embarcando nesse grande sucesso de público, um número significativo de produtores de conteúdo digital tem investido na produção desse tipo de livros. Essas obras permitem que os leitores com elas interajam, geralmente são cheias de informações que sugerem a realização de várias atividades, desde o registro escrito de pequenos textos, até a feitura de desenhos, colagens e outros diferentes tipos de trabalhos artísticos, dando ao leitor a oportunidade de realizar ações novas até então não oferecidas pelos livros. Os leitores podem assim atuarativamente da mesma maneira que fazem nas redes sociais, quando curtem, comentam e compartilham. Percebemos, portanto, que há uma preocupação das editoras em manter a interação dos fãs com seus ídolos virtuais, para que continuem se sentido mais perto e parecidos com seus ídolos, ultrapassando os limites entre virtual e real, impostos pela internet. Dessa maneira, é possível concluirmos que os livros deste gênero, semelhante aos

diários, ainda a serem tratados neste trabalho, oferecem aos leitores um lugar para fazerem seus registros de forma mais direcionada, tendo em vista o tipo de atividades oferecidas que são sempre relacionadas aos assuntos normalmente tratados pelos internautas em suas redes sociais. São exemplos desse tipo de publicação: *O livro do bem: coisas para fazer e deixar seu dia mais feliz* de Ariane Freitas e Jéssica Grecco (Gutenberg, 2014); *O livro Secreto dos melhores* (Panda Books, 2015); *O sensacional livro anti-tédio* de Lucas Rangel (Paralela, 2016), *As coisas mais legais do mundo* (Verus, 2016) da blogueira Karol Pinheiro; *O sensacional livro anti-tédio do Lucas Rangel* (Paralela, 2016), de Lucas Rangel; e de Deise Souza, youtuber, *Missão farkile: achei meu chamado, bora lá achar o seu?* (Thomas Nelson Brasil, 2016), etc.

3.2.6 Livros para colorir

Nessa mesma linha, surgem os livros para colorir no Brasil entre os anos de 2013 e 2015. Modismo ou não, esse tipo de publicação transformou-se numa febre entre aquelas pessoas que buscavam uma atividade para aliviar o estresse do dia a dia. A princípio eram voltados, basicamente, para adultos e idosos, com temas relacionados a elementos da natureza. Logo depois, estas publicações passaram também a oferecer temas diversificados, como filmes, culinária, estilos de vida, entre outros. Em seguida, devido ao sucesso da comercialização destes produtos, passou-se a destiná-los também aos públicos infantil e juvenil.

Essa tendência foi o que motivou as editoras e influenciadores digitais a investirem nesse tipo de livros, como demonstram os dados coletados nesta pesquisa. São exemplos de internautas que publicaram esse gênero: Sophia Abrahão e Carolina Munhóz - *O reino secreto: livro de colorir* (Fantástica, 2016) e Ariane Freitas e Jéssica Grecco - *O livro do Sossego: para colorir, relaxar, desestressar e deixar sua vida mais leve* (Gutenberg, 2015). As ilustrações têm sempre relação com os temas abordados em suas redes sociais.

3.2.7 HQ e graphics novels

Outros youtubers e blogueiros brasileiros também se arriscaram no mundo das histórias em quadrinhos. Bruna Vieira chegou a publicar em parceria com a artista gráfica Luciana Cafaggi dois livros: *Bruna Vieira em quadrinhos, quando tudo começou* (2015) e

Bruna Vieira em quadrinhos: o mundo de dentro (2016), ambos pelo Grupo Editorial Autêntica, pelo selo Nemo, dedicado somente às histórias em quadrinhos, além de novidades do mundo *geek*, gíria inglesa usada para nomear o grupo de fãs de tecnologia, jogos eletrônicos em quadrinhos, filmes, livros animes e tudo mais que pertença a essa universo.

Assim como aconteceu com adultos blogueiros no período compreendido entre 2008 e 2012, Carlos Ruas, também participou de uma competição, a HQmix, relacionada à produção de quadrinhos no Brasil, ganhando em sua categoria o prêmio de melhor *webtiras*. Vitória essa que lhe deu a oportunidade de publicar seu primeiros livros: *Um sábado qualquer I: Deus, por trás das câmeras* (Nova Sampa, 2012); *Piadas de nerds: as melhores piadas para a mãe nerd* (Verus, 2012); *Êxodo, nos bastidores da bíblia* (Sampa, 2016); *Almanaque dos deuses* (Aquário Editorial, 2016)), todos inspirados em tirinhas já existentes em sua página.

3.2.8 Manuais e tutoriais

Contudo, um dos mais populares gêneros publicados pelos jovens administradores de redes sociais são os manuais e tutorias que reproduzem os conselhos, ensinamentos ou instruções repassadas em seus posts e canais na internet. É o caso de *Morando sozinha: tudo o que você precisa saber para ter uma vida independente* (Bela Letras, 2015) de Franciele Guarniere; *#Manual da Fossa: você leva um pé, a gente te dá a mão* (Benvirá, 2015) de Michelle Rocha; *Amiga, deixa de ser trouxa: manual de relacionamento da diva depressão* (Matrix, 2016) e *Desperte a diva que existe em você: assuma sua personalidade diva e dê adeus à cafonice para sempre* (Fábrica 231, 2016), ambos de Eduardo Camargo e Felipe Oliveira; *Eu fico loko: o livro secreto dos bastidores de Christian Figueiredo* (Novas Páginas, 2016); Tá gravando. *E agora? De Kéfera Buchmann* (Paralela, 2016); Karina Milanesi, por sua vez, assina a obra *Dicas da Ka* (Belas Letras, 2016).

Existem, ainda, livros que fornecem aos jovens seguidores noções de como fazer vídeos para Internet ou como é o dia a dia dos bastidores de gravações para o *Youtube*. São, portanto, manuais cheios de dicas e de sugestões para aqueles que querem entrar no universo das redes sociais e se tornarem *youtubers* de sucesso. Com, por exemplo, *Não faz sentido: por trás da câmera* (Casa da Palavra, 2013), do *youtuber* Felipe Neto; *Tá gravando. E agora?* (Paralela, 2016), de Kéfera Buchmann; e o terceiro volume da trilogia *Eu fico loko*, nomeado *Eu fico loko: o livro secreto dos bastidores* (Novas Páginas, 2016), de Christian Figueiredo

É importante destacarmos que todas essas publicações são de *youtubers* que ultrapassaram a marca de milhões de assinantes em seus canais²⁴. Logo, é possível inferirmos que tanto os leitores quanto as editoras entendem que determinados gêneros a serem explorados pelos influenciadores digitais dependem necessariamente de sua posição na internet. Assim, um *blogueiro ou youtuber* que tenha poucos seguidores poderia até produzir outros gêneros como o HQ, autobiografia ou ficção, todavia, não conseguiria ser devidamente validado nas áreas dos manuais e tutoriais.

3.2.9 Ficção

Na pesquisa também nos deparamos com narrativas ficcionais, cujos enredos se desenvolvem tanto no mundo real, aquele que nós conhecemos, quanto no universo imaginário, em um mundo fantástico. Nessa linha primeira linha, a blogueira Carol Sabar publicou três livros, todos pela editora Jangada - *Como quase namorei Robert Pattinson* (2011), *Azar é seu!* (2013) e *Cabeça de Ferro* (2016); Danilo Leonardi publicou – *Por que Indiana, João?* (Giz Editorial, 2014); Íris Figueiredo publicou *Confissões online: bastidores da minha vida virtual* (Generale, 2011), *Confissões on-line 2: entre o real e o virtual* (Évora, 2015) e *Céu sem estrelas* (Seguinte, 2018); Bárbara Dewet publicou *Sábado à noite* (Generale, 2012) e *Sonata em punk rock* (Gutenberg, 2016); Pâmela Gonçalves, por sua vez, publicou - *Uma canção para você* (Rocco, 2016), *Boa noite* (Galera, 2016), *Uma história de verão* (Galera, 2017) e *Bom ano* (Galera, 2018); entre outros títulos.

Na segunda linha, podemos citar as seguintes produções: a quadrilogia *Terra morta* (2016), *Não se preocupe mamãe. Ficaremos bem* (2014), *Três Assobios* (2014), *Ignácia* (2014), teoria prática de como ser um zumbi (2013), *Fantacias urbanas* (2013), *Terra morta – pra fazer sabão é que não é* (contos do dragão) (2016), *El art de bibi* (2018) todos de Tiago Toy pela editora Dracco; e a trilogia *Anômalos* de Bárbara Morais (Gutenberge, 2015), entre outros.

²⁴ Contador de inscritos em tempo real para o *Youtube*. Disponível em: <https://www.contadordeinscritos.org/UCV306eHqgo0LvBf3Mh36AHg>. Acesso em: 15 nov. 2018.

3.2.10 Poesia

Os poemas também têm seu espaço e marcaram sua presença nas produções impressas dos jovens internautas. É curioso refletirmos o quanto importante é a divulgação de textos em verso, especialmente aos públicos adolescente e jovem, até bem pouco tempo distante dos poemas quando comparamos a outros gêneros. Percebemos que o surgimento da internet trouxe consigo uma forma nova e mais dinâmica quanto a forma de produção e difusão de poesias. Em particular nos *blogs*, é muito comum a divulgação de poemas visuais ou de pequenos versos usando jogos de palavras e de sons, sem mencionar as ilustrações que ajudam a compor e a completar os textos escritos em questão.

Podemos citar entre eles: Pedro Antonio Gabriel, com *Eu me chamo Antônio* (Intrínseca, 2013), Zack Magiezi – *Estranheirismo* (Bertrand Brasil, 2016), Edgard Abbehunzen com *Quem tem como me amar não me perde em nada* (Villard Eir, 2017) e Rayane Leão com *Tudo nela brilha e queima* (Planeta, 2017) como alguns desses autores que levaram seus poemas para as páginas dos livros. Todos os poemas constantes nos livros vêm de suas postagens nas redes sociais.

3.2.11 Crônicas

Também encontramos durante a realização da pesquisa o gênero crônica. Em geral, esse tipo de publicação reflete o que os blogueiros já escreviam em suas páginas normalmente. É o caso de Bruna Vieira com a obra *Depois dos quinze: quando tudo começou a mudar* (2013), *De volta aos quinze* (2013), *De volta aos sonhos* (2014), *A menina que colecionava borboletas* (2014), pela editora Gutenberg, e de Frederico Elboni os livros – *Um sorriso ou dois* (2014), *Só a gente sabe o que sente* (2014), *Notas de liberdade* (2017); *Meu universo particular* (2017) todos pela editora Benvirá. Os textos são sucintos e com muitas ilustrações, às vezes feitas pelos próprios autores. De maneira geral, estes registros trazem como tema central questões relacionadas à vida cotidiana, aos sentimentos e conflitos próprios da juventude.

3.4.12 Autobiografia

Escrever sua autobiografia, seja para se confessar, seja para se analisar, seja para se expor aos olhos de todos, à maneira de uma obra de arte, talvez seja procurar sobreviver, mas por um suicídio perpétuo – morte total enquanto fragmentária. Escrever-se é deixar de ser para se confiar a um hóspede – outrem, leitor – que não terá doravante por tarefa e por vida senão sua inexistência. (BLANCHOT, 1980, p. 105).

Ao analisarmos atentamente os dados do mapeamento, verificamos que vários *blogueiros e youtubers* têm publicado também uma quantidade expressiva de outros gêneros, como por exemplo: diários cujos registros devem ser feitos pelos leitores; relatos autobiográficos de autoria própria; enredos ficcionais baseados em histórias reais; e, até mesmo, biografias de internautas de sucesso escritas por outros usuários da rede.

São livros que se propõem a assumir o papel do tradicional diário. Estes lançamentos são um grande sucesso, principalmente, entre os adolescentes. Eles são sempre distribuídos no mercado próximo ao final de seus respectivos anos de lançamento para que o público consumidor possa começar a escrever seus registros logo no início do ano seguinte. A ideia por trás dessa estratégia de *marketing* é que os seguidores tenham o ano inteiro para fazer suas confidências e compartilhar seus segredos com um famoso influenciador, sem interrupções. Os livros são destinados tanto ao público feminino quanto ao masculino: *Diário de beleza teen: minha vida em um ano*, da autoria de Mariany e Nathaly Petrin (Astral Cultural, 2016); *O diário de Maisa: um ano inteiro comigo!* (Gutenberg, 2016), da youtuber e atriz Maisa Silva; e *Um ano muito louco com Luis Mariz* (Astral Cultural, 2016), de Luis Mariz, são alguns dos exemplos.

Neste campo literário, há também os diários dos próprios internautas que passam a falar de sua vida privada, agora de outra maneira, através do livro impresso, já que a exposição de fatos cotidianos de suas vidas pode ser acessada nos *posts* dos *blogs* ou nos vídeos dos canais do *YouTube*. Isto nos leva a pensar na seguinte questão: estaria essa nova dinâmica de produção literária impressa levando o processo de escrita novamente às suas

origens, ou seja, páginas totalmente escritas à mão? O fato é que estes registros íntimos configuram-se como relatos autobiográficos, uma espécie de extensão das vidas dos jovens influenciadores digitais ou, ainda, uma tentativa de ficarem mais próximos de seus pares, agora via Literatura, mostrando-lhes que dividem as mesmas angústias e incertezas.

Na realidade, o instinto autobiográfico é tão antigo quanto o próprio ato de escrever. Podemos dizer que tanto a escrita quanto a leitura de um texto autobiográfico têm relação com a necessidade que o autor e o leitor têm de conhecer a si mesmos. Assim, da mesma forma que o leitor se vê naquele personagem-autor do texto autobiográfico, o autor também se vê no leitor. Por outro lado, a presença de um leitor, ainda que imaginário, leva o autor, também movido pela curiosidade, a revelar sua vida. Tais características podem ser vistas nos atuais relatos pessoais produzidos por jovens internautas, tanto nos livros do gênero em questão quanto em seus blogs.

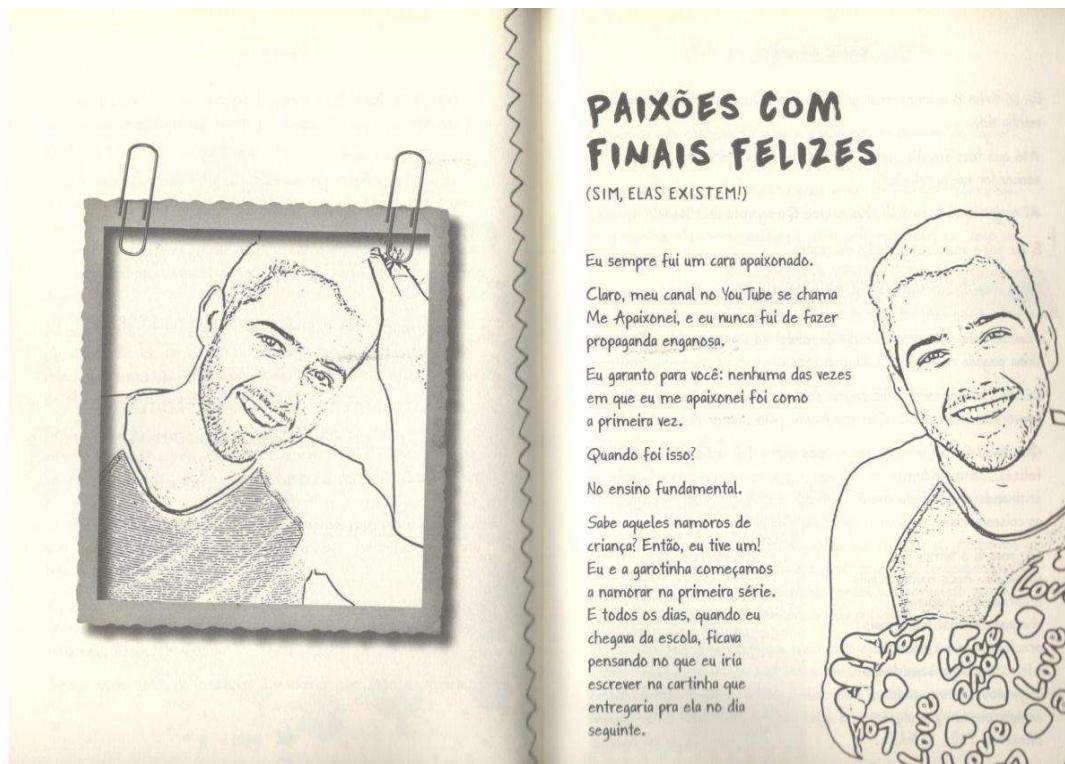
Inclusive, é importante destacarmos que alguns dos livros considerados, com base em seus conteúdos, como autobiográficos, são catalogados como de autoajuda – como por exemplo: *Tudo tem uma primeira vez* (Intrínseca, 2016), de Vitória Moraes, e *O diário secreto: não abra!* (Verus, 2016), de Gustavo Stockler, ambos youtubers. De acordo com Lima (2014), a escrita em diários tornou-se quase uma unanimidade entre os jovens desde meados do século XX e, início deste. Em suas páginas, eles escrevem sobre os mais diferentes assuntos, desde suas atividades diárias à vida social e familiar, em uma tentativa de analisar de forma mais profunda seus sentimentos, experiências, enfim suas vidas.

Entre as obras do gênero diário ou relato autobiográfico, destacam-se os dois volumes da série *Precisava escrever* (Vieira, 2015), do blogueiro Rafael Magalhães; *Diário da Aninha Carvalho* (Gostri, 2015), de Ana Carvalho; de Mauro Morizono Filho, *O diário do japa* (Harper Collins Brasil, 2016); *Não é um conto de fadas: e se tudo tivesse dado certo?* (Hyria, 2016), de autoria da youtuber Kim Rosa Cuca; *As merdas de um youtuber* (Hyria, 2016), de Gabriel Gomes; assinado por Taciele Alcolea, *youtuber*; *Olá meninas e meninos!* (Outro Planeta, 2016); e *Minha vida antes do invento na hora* (Outro Planeta, 2016), de Lucas Lira; entre tantos outros.

É preciso destacarmos também o fato de que as páginas destes livros em forma de diário ou relatos autobiográficos, são parecidos com aquelas dos diários tradicionais feitos manualmente: os textos são escritos com cores e fontes variadas, além de conterem ilustrações dos próprios autores e fotografias pessoais. São, portanto, suportes personalizados e cuja utilização estimula o leitor a fazer uma autorreflexão a respeito de sua infância, juventude ou

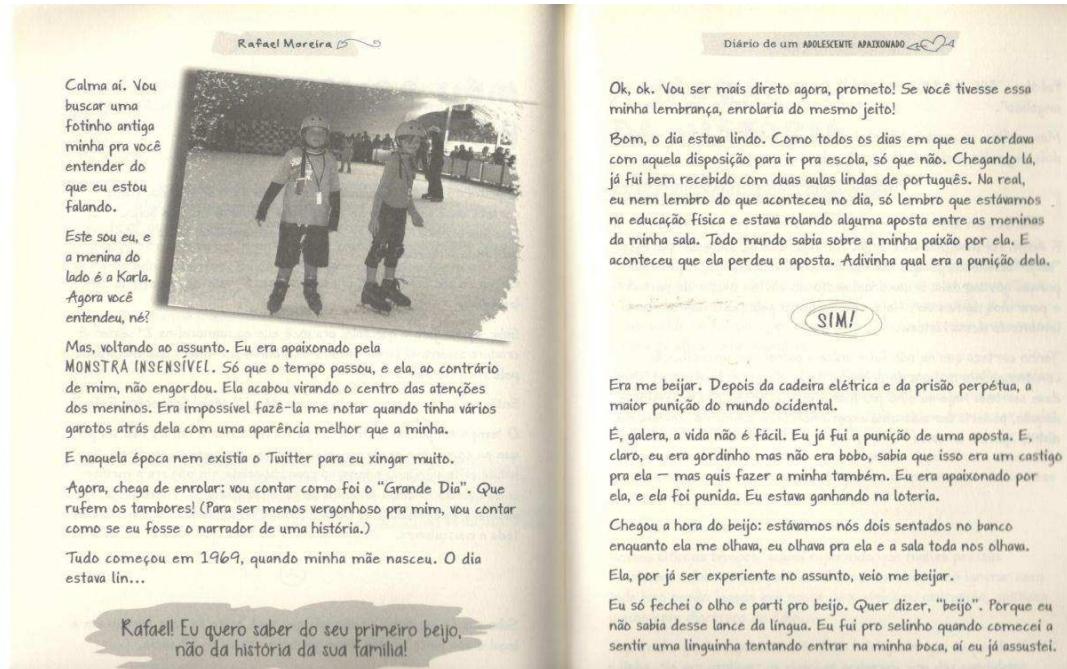
mesmo em relação às suas memórias afetivas e sociais construídas ao longo do tempo. A título de ilustrações, trazemos aqui alguns materiais originais para que possamos visualizar melhor as características que mencionamos.

Figura 2 – Páginas do livro *Diário de um adolescente Apaixonado* do youtuber Rafael Moreira.



Fonte: Moreira (2015, p. 72-73)

Figura 2 – Páginas do livro *Diário de um adolescente apaixonado* do youtuber Rafael Moreira (continuação)



Fonte: Moreira (2015, p. 72-73)

Figura 3 – Páginas do livro É do Babado! da youtuber Evelyn Regly.



Fonte: Regly (2016, p. 17-18)

Figura 4 – Páginas do livro *Olá Meninos e meninas!* da youtuber Taciele Alcolea.



Fonte: Alcolea (2016, p. 18-21)

Figura 4 – Páginas do livro *Olá Meninos e meninas!* da youtuber Taciele Alcolea.
(Continuação)



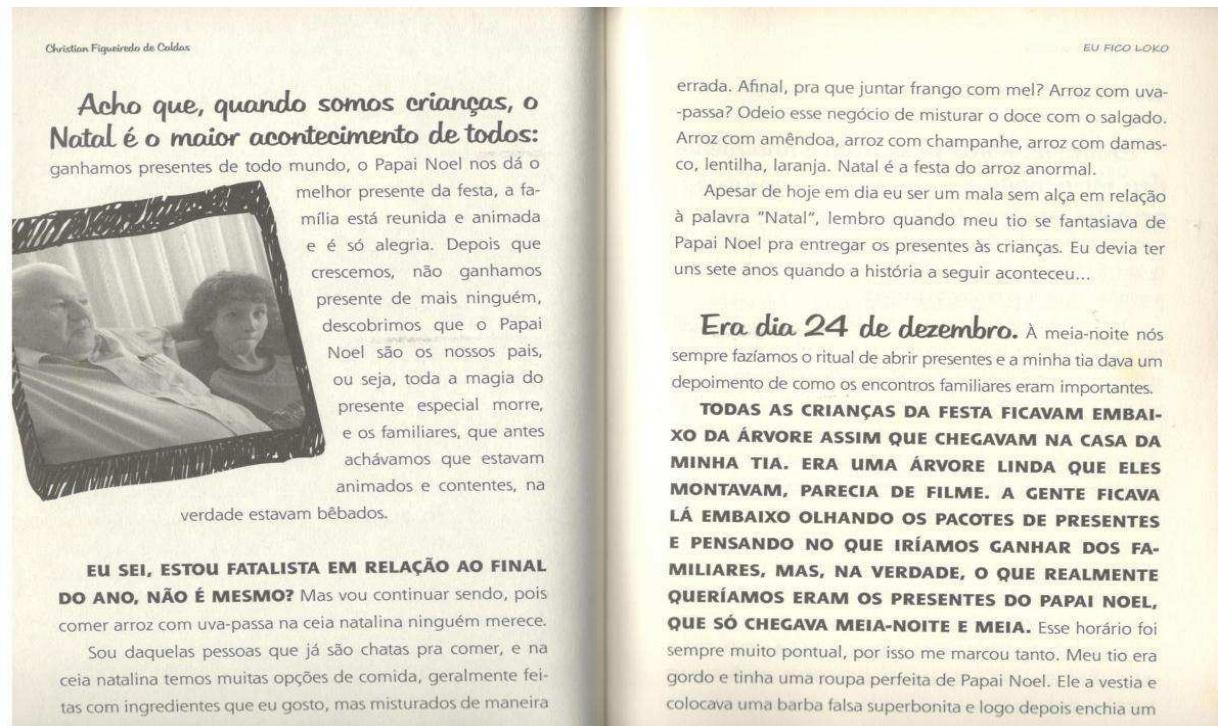
Fonte: Alcolea (2016, p. 18-21)

Figura 5 – Páginas do livro *Eu fico loko* do youtuber Christian Figueiredo.



Fonte: Figueiredo (2015, p. 36-37; 92-93)

Figura 5 – Páginas do livro *Eu fico loko* do youtuber Christian Figueiredo. (Continuação)



Fonte: Figueiredo (2015, p. 36-37; 92-93)

Apareceram também em nossa pesquisa títulos cujos gêneros se revezam entre autobiografia e ficção. Os escritores usam como mote suas próprias histórias para construírem suas narrativas ficcionais baseadas em fatos reais. Com por exemplo os livros escritos por

Bruna Vieira, que fazem parte da trilogia *Meu primeiro blog* (Gutenberg, 2013); e Isabela Freitas com a trilogia *Não se apega, não* (Intrínseca, 2014).

O compartilhamento de experiências, normalmente comuns no decorrer da juventude, é a temática em torno do qual a maioria dos livros são escritos pelos jovens navegantes: *Diário de classe: a verdade* (Gutenberg, 2014), de autoria da *facebooker* Isadora Faber, ficou famoso por mostrar as dificuldades pelas quais passava no interior de sua escola pertencente à rede pública; *Quem, eu?: uma avó, um neto, uma lição de vida* (Paralela, 2015), de Fernando Aguzzoli, relata aos leitores os últimos dias de vida de sua avó, vítima de Alzheimer; e *Meu nome é Amanda* (Fábrica 231, 2016), de Amanda Guimarães, *youtuber*, divide com os leitores a história de superação de um garoto que decide fazer uma cirurgia de mudança de sexo, etc.

4 ESTANTES LÍQUIDAS: COMPREENDENDO AS TRANSFORMAÇÕES NA INDÚSTRIA E NA PRODUÇÃO DO LIVRO NO BRASIL

De acordo com o que fora oportunizado vislumbrar nos capítulos anteriores, entendemos com Llosa (2013) que a sociedade contemporânea, cujos rastros diariamente deixados pelas novas tecnologias e pelas práticas de consumo, fazem-se perceptíveis, está passando por transformações. Apropriando-nos de tal compreensão, podemos dizer o mesmo a respeito da Literatura, tendo em vista que esta se constitui, segundo Antônio Cândido (2010) como “[...] um sistema vivo de obras, agindo umas sobre as outras e sobre os leitores; e só vive na medida em que estes a vivem, decifrando-a, aceitando-a, deformando-a[...].” (CÂNDIDO, 2010, p. 84). Em sentido análogo a este crítico, Perrone-Moisés (2016), com foco nos autores, sugere que: “[...] a importância da literatura na cultura contemporânea não pode ser defendida fora de uma prática. São os escritores e não os teóricos que definem, em suas obras, as mutações da literatura [...]” (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 35).

Assim, no último e presente capítulo desta pesquisa, esperamos percorrer os caminhos que estas concepções foram capazes de nos levar, compreendendo o livro como um objeto de consumo e os desdobramentos deste entendimento, além de concedermos destaque não mais valoroso à relevância da Literatura de entretenimento para o público jovem, mas, igualmente, às contribuições e influências que jovens influenciadores digitais conferem à Literatura Brasileira Contemporânea e ao livro, principais objetos de análise desta pesquisa.

4.1 A literatura na sociedade do consumo

Em *Mutações na literatura do século XXI*, Perrone-Moisés (2016, p. 64) diz que “[...] a literatura na sociedade do espetáculo passou a ser objeto de grandes eventos e os escritores se transformaram em celebridades mais conhecidas do que lidas [...].” Para a autora, esses grandes eventos servem tão somente para promover autores e obras como espetáculo ao grande público, à massa, cujo objetivo primordial é conseguir um autógrafo e, modernamente, uma *selfie* com seus ídolos.

Os escritores atualmente, segundo Perrone-Moisés (2016), conseguiram atrair para si tanta visibilidade que acabaram se transformando em verdadeiros *pop stars*. De fato, se pensarmos naquilo que se pôde observar nas análises anteriormente realizadas, percebemos que há uma significativa admiração por parte dos seguidores das redes sociais ou dos leitores

de seus livros. Como são midiáticos e vendáveis, aponta a pesquisadora, seus livros são comercializados com maior facilidade em detrimento de outros, cujos escritores responsáveis por tais obras não possuem grande popularidade.

Não há como negarmos que as redes sociais ajudaram a diminuir as distâncias entre os ídolos e seus fãs. Com o surgimento destas ferramentas, desapareceram o antigo sistema, até então existente, de celebridade-mídia-público, levando-se em consideração o fato de que quase não existem obstáculos entre ambas as partes. Se antes as celebridades estavam em um patamar distante de seus fãs, hoje estão muito mais próximas, lidam com seu público como alguém comum e semelhante a ele. Essa maior proximidade permitiu que os fãs se tornassem mais íntimos de seus ídolos.

Pellegrini (1997), ao refletir sobre a complexidade da relação que existe entre leitores e livros, afirma que esta não envolve, somente, questões relacionadas ao gosto ou à livre escolha dos títulos, pelo contrário, o interesse manifestado pelo leitor em relação a um livro prolonga-se à personalidade que o escreveu. O que atualmente se destaca é a existência de uma “[...] intrincada rede de produção e consumo de preferências e tendências vinculadas à dinâmica do mercado [...]” (PELLEGRINI, 1997, s/p).

No campo literário e, simultaneamente a isto, na essência deste trabalho, apropriamos, nesta passagem, das contribuições dadas por Bauman (2008). Este pesquisador entende a sociedade do consumo como aquela que favorece a transformação dos consumidores em mercadorias. Poderíamos, então, a partir dessa constatação, entender que os seguidores de jovens influenciadores digitais são os principais alvos das editoras ao lançarem obras assinadas por seus ídolos. Afinal, como já dissemos, as editoras são um negócio, não estão preocupadas apenas com a propagação da cultura ou da Literatura, mas, sobretudo, com os lucros advindos de suas vendas. Por outro lado, este público leitor pode ser visto como aquele que as editoras pretendem conquistar. Além disso, mais do que rotulá-los como mercadorias, os seguidores, agora também leitores, diluem-se em um universo de múltiplos produtos, serviços e ideias disponibilizados pela indústria do consumo.

Esta confusão é vista, ainda, no âmbito dos jovens influenciadores digitais. Com o intuito de comercializarem produtos que carregam a sua assinatura, “[...] fazem o máximo possível e usam os melhores recursos que têm à disposição para aumentar o valor de mercado dos produtos que estão vendendo [...]” (BAUMAN, 2008, p. 13). E, ainda, para que as editoras tenham interesse em publicá-los eles “[...] remodelam a si mesmos como mercadorias, ou seja, como produtos que são capazes de obter atenção e atrair a demanda e os

fregueses [...]” (BAUMAN, 2008, p. 13). Assim, da mesma forma como aqueles que os acompanham em suas redes sociais, os jovens influenciadores digitais também assumem, de acordo com as suas características ou aquilo que lhes é mais conveniente, o posto de produtos que podem ser vendidos.

Resumidamente, para Bauman (2008), os indivíduos em destaque assumem, simultaneamente, a posição de mercadorias e promotores de vendas daquilo cujas divulgações estão sob suas responsabilidades. São “[...] o produto e seus agentes de marketing, os bens e seus vendedores [...]” (BAUMAN, 2008, p. 13). Embora esta visão pareça um tanto negativa ou pejorativa, é necessário esclarecermos que na sociedade do consumo tornar-se uma mercadoria desejável e desejada é a matéria de que são feitos os sonhos e os contos de fadas (BAUMAN, 2008).

Em outro viés, Jenkins (2008) traz à luz a seguinte questão: pessoas transformadas em mercadorias, tornam-se alvo de *marketing* agressivo. Algumas delas chegam a sentir que se distanciaram, com o passar do tempo, de suas identidades e suas marcas culturais, além de características próprias às suas personalidades, tendo em vista o fato de que as imagens que promovem frente à mídia passam a ser reproduzidas e comercializadas em grande proporção, similar ao que acontece com os produtos automaticamente vinculados a elas.

No mesmo sentido é o entendimento de Compagnon (1996). Ele também considera que aqueles indivíduos que estão sob as luzes da fama de uma forma ou de outra terminam por renunciar suas singularidades, seja por pressão de instâncias superiores ou por acreditar que já conquistaram os objetivos os quais desejavam, não mais sendo necessários a autenticidade, o carisma e as demonstrações de empatia. Vão, deste modo, ladeira abaixo rumo ao anonimato das produções em massa, passando a não mais se destacarem onde antes eram estrelas.

Quanto à atual dinâmica de produção de livros, Umberto Eco (2015) afirma que ela “[...] tornou-se um fato industrial, submetido às regras da produção e consumo [...]” (p. 50). De acordo com o estudioso, fenômenos negativos vieram juntos com essa nova forma de produzir livros, como, por exemplo, a produção por encomenda, cujos conteúdos acabam sendo superficiais, com o objetivo de proporcionar ao leitor/consumidor nada mais do que entretenimento. Nesse viés, Chartier (2007) considera que “[...] o excesso de escrita, que multiplica os textos inúteis e abafa o pensamento sob o acúmulo de discursos, pode ser considerado um perigo tão grande quanto seu contrário [...]” (CHARTIER, 2007, p. 9).

Benjamin (2013) acrescenta, ainda, de maneira conclusiva que “[...] a

reprodutibilidade técnica da obra modifica a relação da massa com a arte [...]” (BENJAMIN, 2013, p. 10). Nesse sentido, as técnicas utilizadas por parte da indústria cultural levam à padronização e à produção em série, “[...] sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social [...]” (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, s/p). E como poderíamos verificar tal transformação de paradigma em tempos contemporâneos?

Ora, quando Compagnon (1996) nos diz que a expressiva quantidade de livros hoje oferecidas ao público é fruto de cópias e repetições produzidas em excesso, podemos inferir que as manifestações artísticas, tais como aquelas abarcadas pelo campo literário, para além de seus usuais sentidos e significados, são simples mercadorias ou objetos de consumo. Como explica este teórico a “[...] oposição entre o artista e o público, entre cultura de elite e cultura de massa se dissolveu [...]” (COMPAGNON, 1996, p. 98). E a Literatura, ao desprover-se de transcendência diante da dinâmica da sociedade do consumo, é reduzida à mera especulação.

A esse respeito, Pellegrini (1997) diz que a Literatura e os elementos que ela engloba: livro, autor e leitor, encontram-se em meio a lógica do capitalismo, representado normalmente na seara das manifestações literárias, pelo mercado editorial. “[...] Trata-se, portanto, de uma relação mercadológica em que a editora é o patrão, o escritor é o trabalhador e a literatura é uma mercadoria [...]” (SANT’ANNA, 2017, p. 54).

Na mesma linha de raciocínio, Llosa (2013) reforça a teoria de que no sistema cultural contemporâneo, produção industrial em massa e alcance de sucesso comercial, configuram-se, ambos, como fatores indispensáveis aos envolvidos neste processo. Não existe mais, portanto, uma distinção entre valor monetário e valor de significação, pois se uniram e tornaram-se um só; tendo o primeiro absorvido e anulado o segundo. (LLOSA, 2013). Considera-se como bom aquele produto, nesse caso em particular o livro, que consegue sucesso e prestígio imediato, e ruim, aquele que fracassa em número de vendas ou à recepção do público. O valor está atrelado estreitamente ao aspecto comercial, de acordo com Llosa (2013), uma vez que por ter havido uma progressiva diminuição da velha cultura, houve também, coincidentemente, a fixação de valor vinculado apenas aos interesses mercadológicos. A respeito da indústria literária, presumimos que talvez por este fato a Literatura mais representativa da atualidade, afirma Llosa (2013), constitua-se como a Literatura *light*, também adjetivada como leve, ligeira ou fácil.. No mais, é a Literatura que se propõe, “[...] acima de tudo e sobretudo, quase exclusivamente, divertir e entreter aqueles que se submetem à sua imersão [...]” (LLOSA, 2013, p. 20).

Não nos compete, por meio das considerações desenvolvidas no presente subitem,

fazer críticas positivas ou negativas ou, ainda, nos posicionarmos contrários ou a favor desta Literatura de Entretenimento a qual Llosa (2013) fez menção. Até porque, segundo Perrone-Moisés (2016), o que vemos hoje é uma defesa em relação a este nicho literário, “[...] contra as exigências daqueles que ainda têm uma concepção mais alta da literatura [...]” (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 33). Tentar entender as razões que existem por detrás da valorização desta Literatura, sim, talvez, possa ser algo que possamos considerar neste estudo.

Neste sentido, podemos mencionar a repercussão das Bienais do Livro. Este importante evento literário, iniciado em 1983, passou a refletir o fortalecimento do mercado editorial brasileiro. E com o passar dos anos veio a se tornar extremamente competitivo, especialmente a partir do surgimento de várias editoras e também com a chegada ao Brasil de grupos internacionais. Na lista de títulos mais vendidos estão aqueles relacionados aos universos infanto-juvenil, cinematográfico e referente aos fenômenos populares e globais, isto é, livros que a crítica considera como isentos de literariedade, a Literatura *light*, como descrita por Llosa (2013) anteriormente²⁵.

Esta Literatura de entretenimento (*light*), na grande maioria dos casos, faz uso de uma linguagem clara, direta e acessível e trata de temas do cotidiano, da vida concreta do leitor, o que acaba gerando uma maior identificação na maioria das pessoas, independentemente de graus de instrução ou faixas etária.

Caminhando por esta tendência, verificamos, para além da convergência de mídias como proposta por Jenkins (2008), aquilo que poderíamos chamar de convergência de gêneros textuais, pois alguns livros publicados por jovens influenciadores digitais são resultado da junção entre o relato autobiográfico, manual / tutorial e espaço interativo. É o caso dos livros aqui já mencionados de Christian Figueiredo, Bruna Vieira, Kéfera, Felipe Neto, entre outros. Isso nos leva a pensar sobre as transformações antes mencionadas por Perrone-Moisés (2016) no tocante à participação ativa dos escritores como responsáveis por fazer nascer novos caminhos para a produção de livros no Brasil, além, é claro, do argumento de Cândido (2010), sobre o papel ativo atualmente assumido pelos leitores.

Dentro desse contexto, o montante de livros mais procurados e comprados refletem um consumo mais expressivo e popular. Uma das premissas do atual mercado literário brasileiro está ligado à oferta de livros a preço justo e acessível para ambas as partes,

²⁵ Reportagem – O Globo: “Editores e livreiros relembram a evolução e apontam desafios da indústria do livro”. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/livros/editores-livreiros-relembram-evolucao-apontam-desafios-da-industria-do-livro-1-16934154>. Acesso em: 20 jul. 2018.

permitindo o aumento nas tiragens e da pluralidade de gêneros e autores. Os eventos e as feiras literárias têm trabalhado nesse sentido e também na tentativa de popularizar o acesso à Literatura, disponibilizando aos visitantes produtos literários de boa qualidade, de diversas áreas e, ainda, comercializados por bons preços. É possível constatarmos este aspecto mais popular, ao observarmos os grupos de pessoas que normalmente frequentam as Bienais e feiras: adolescentes, grupos de escolas, crianças e idosos, todos têm seu espaço. Dessa maneira, todos passam a ter um espaço e voz frente àquilo que é disponibilizado pelo mercado, inclusive os jovens – tendo em vista a expressiva produção de obras de autoria destes e direcionadas aos seus pares, percebida, principalmente a partir do mapeamento e análise dos produtos literários de jovens influenciadores digitais que, por muitas vezes, ficavam à margem deste ramo mercadológico, fato este a ser melhor discutido no subitem seguinte.

Essas jovens celebridades da internet são capazes de levar seus seguidores, e até aqueles que não os são, mas que poderão vir a ser, a comprar seus produtos – no caso aqui em questão, os livros por eles assinados. É importante frisarmos que mesmo que a grande maioria dos conteúdos destes produtos estejam disponíveis nas redes sociais administradas por eles, seja em forma de *posts* ou vídeos, seus seguidores não deixam de compram suas publicações impressas.

Segundo a empresa Nielsen²⁶, vinculada à pesquisa de mercado, os jovens influenciadores digitais, ao serem constantemente convidados pelos *publishers*²⁷ de grandes editoras a entrarem no mundo literário, produzindo e lançando seus próprios livros impressos, passaram a movimentar, em conjunto com outras publicações destinadas aos gêneros infantil, juvenil e educacional, mais de um bilhão de reais. Este tipo de livro impresso destinado aos jovens leitores e crianças, hoje representam cerca de 30% das vendas totais de livros no mercado brasileiro.

Levando em consideração a fluidez do mercado, podemos trabalhar com a hipótese de que tal porcentagem possa ter experciado um aumento, uma vez que constantemente novos lançamentos chegam às prateleiras das livrarias.

A grande receptividade dos livros de ídolos da internet confirma que “[...] um livro obtém sucesso somente em dois casos: se dá ao público o que ele espera ou se cria um

²⁶ Empresa responsável por realizar pesquisas de mercado. Disponível em: <https://www.nielsen.com/br/pt.html>.

²⁷ Palavra de origem inglesa usada para nomear aquele que é responsável pelos trâmites editoriais e comerciais de uma editora.

público que decide esperar o que o livro lhe dá [...]” (ECO 1989, p. 104 apud SANT’ANNA, 2017, p. 52). Sant’Anna (2017) também enumera alguns dos mais significativos aspectos comuns à Literatura direcionada ao público jovens: linguagem e personagens simples, temas relacionados à juventude (acontecimentos cotidianos), diagramações e projetos gráficos agradáveis à leitura, além de capas e títulos atrativos. Para o pesquisador, estes e outros elementos são os ingredientes essenciais para a receita de sucesso de livros do gênero.

Em detrimento da leitura para entretenimento, imbuída de fluidez sobre a qual falamos e, que, atualmente, encontra-se “na moda”, o que comumente ocorre, entretanto, corresponde ainda à supremacia do cânone que, para a professora Eneida Maria de Souza, no artigo *Nostalgias do cânone* (2002), “[...] se legitima, tornando-se moeda corrente da troca literária, meio eficaz para os futuros leitores identificarem autores, criarem linhagens ou sintetizarem superficialmente um momento literário específico [...]” (SOUZA, 2002, p. 89). Embora o cânone tenha sua importância para o meio literário, Souza (2002) acredita que próximo ao término do século passado, incertezas em relação ao papel desta entidade tornaram-se frequentes. Isto se deve, em parte, ao fato de que o cânone caracteriza-se como algo de difícil definição, assim como a modernidade, por exemplo.

Neste momento, é válido nos debruçarmos sobre o aporte teórico desenvolvido por Bauman, desta vez frente à obra *Modernidade líquida* (2001). Segundo o que este pesquisador nos apresenta, as coisas às quais se refere como líquidas abarcam para si naturezas incertas e inconsistentes, sendo estas causadas pela dificuldade no que diz respeito ao estabelecimento e à compreensão de parâmetros e referenciais. Este movimento se deve, diz Bauman (2001), à desconstrução dos paradigmas sociais e culturais pelos quais passara a sociedade tradicional ao transformar-se, gradativamente, moderna. E segue:

São esses padrões, códigos e regras a que podíamos nos conformar, que podíamos selecionar como pontos estáveis de orientação e pelos quais podíamos nos deixar depois guiar, que estão cada vez mais em falta. Isso não quer dizer que nossos contemporâneos sejam livres para construir seu modo de vida a partir do zero e segundo sua vontade, ou que não sejam mais dependentes da sociedade para obter as plantas e os materiais de construção. Mas quer dizer que estamos passando de uma era de “grupos de referência” predeterminados a uma outra de “comparação universal”, em que o destino dos trabalhos de autoconstrução individual [...] não está dado de antemão, e tende a sofrer numerosa e profundas mudanças antes que esses trabalhos alcancem seu único fim genuíno: o fim da vida do indivíduo (BAUMAN, 2001, p. 14, grifo do autor).

É verdade que Bauman (2001) aponta as consequências da liquidez da modernidade detendo-se ao ser humano. Contudo, tornar-se-ia viável também estendermos esse conceito e

aplicá-lo às manifestações artísticas ou produzidas pelo homem, a julgar pela fluidez dos critérios ou princípios que até então regiam, por exemplo, a indústria de produção literária, o que fora anteriormente sustentado por Souza (2002).

Assim, incapaz de conviver com aquilo que Souza (2002) denomina como “[...] babélico e indefinido [...]” (SOUZA, 2002, p. 90), os discursos antes sustentados pela crítica literária passaram a se revestir de aparatos modernos com a finalidade de impor critérios de qualidade, ignorando, paralelo a isto, as condições sociais, culturais e históricas nas quais ocorre a produção deste ou daquele livro, defendendo, exclusivamente, o valor literário pertencente à obra, uma vez que este é inerente ao produto estudado. Segundo Perrone-Moisés (2016), hoje, é possível observarmos ainda resquícios de antigos valores nas avaliações realizadas pelos críticos literários. A autora acrescenta: “[...] já que a novidade absoluta não pode ser percebida, por falta de parâmetros, a originalidade, que ainda é um valor no juízo crítico, é determinada com relação ao cânone [...]” (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 12). Talvez por essa razão a crítica ainda não outorgue o adequado mérito à literária de entretenimento produzida em larga escala atualmente.

Quando Adorno e Horkheimer (1947) teorizam sobre o que denominam como arte embebida em leveza, análogo àquilo que rotineiramente compreendemos como diversão, é possível transferirmos tal concepção ao âmbito literário. Os filósofos entendem a arte desprovida de amarras tradicionais vinculadas às hierarquias sociais e culturais como sendo não uma forma decadente de manifestação, mas como algo proveniente da autenticidade das relações entre o homem e seus pares. Refutam, ainda, aqueles que criticam a arte do entretenimento – se assim podemos a ela nos referir e estender esta possibilidade, também, à Literatura de Entretenimento – compreendendo a imaturidade daqueles que o fazem: “[...] quem a lastima como traição do ideal da expressão pura está alimentando ilusões sobre a sociedade [...]” (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, s/p). De acordo com os teóricos, a arte de autoria da classe burguesa pôde ser obtida, desde o início, às custas da exclusão e da marginalidade das classes mais inferiores. O que não se sabe ou faz-se não saber, dizem Adorno e Horkheimer (1947), é que graças a tais segmentos sociais – que compreendem como os sendo verdadeiros responsáveis pelo movimento de universalidade e sua propagação – a arte consegue se manter “[...] fiel exatamente pela liberdade dos fins da falsa universalidade [...]” (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, s/p).

Semelhante ao entendimento de Souza (2002), Eco (2015), em relação aos “indivíduos considerados apocalípticos” – deslocando-os para o contexto literário, seria possível nos

referirmos aos críticos, estudiosos e pesquisadores da área. Estes reduzem e menosprezam os consumidores de determinado produto artístico – permitamo-nos ler literário – quando este não atende as expectativas ou as exigências mínimas das instâncias superiores. Dessa forma, passam a não distinguir o produto em questão em relação ao seu consumidor, o “[...] homem-massa [...]” (ECO, 2015, p. 19), contribuindo para o surgimento de estereótipos não só quanto à manifestação artística em destaque, como também aos seus consumidores. Ao contrário de analisar cada produção ou cada grupo consumidor, com o objetivo de fazer deles emergirem as características que lhes tornam diferentes, os críticos os negam “[...] em bloco [...]” (ECO, 2015, p. 19).

A crítica ao continuar a ignorar a pluralidade das produções literárias e suas inter-relações, deixa claro sua posição defensiva, e expõe algo mais do que seu apego a referenciais cristalizados: representa o medo da perda de sua autoridade intelectual. Porque não é só a leitura que está em crise, como alardeiam alguns, fato este discutível, mas também a função da crítica literária, do intelectual e até mesmo da cultura letrada estão sendo postas em xeque neste momento de total quebra de certezas.

Por outro lado, Pellegrini (1997) ressalta que a Literatura de Entretenimento também se expõe demais em meio a alguns desleixos e a obviedades. A autora acredita que os autores desse tipo de obras se apegam demais à preferências comuns e populares. Os textos poderiam, até mesmo, ser de boa qualidade, entretanto, diante da necessidade em concluir-los em um curto espaço de tempo para atender a demanda de mercado, os autores acabam se sujeitando a realizá-los de forma breve e rápida, por vezes deixando óbvio, via escrita, velhos clichês e repetições constantes.

Embora não seja nosso objetivo neste trabalho elencar argumentos favoráveis ou contrários à Literatura de Entretenimento, imaginamos que o contato de jovens leitores com os livros escritos por seus ídolos das redes sociais tende a ser, ainda que importante, algo temporário por algumas razões: primeiro porque são produtos que abordam temas específicos de uma faixa etária, a juventude; em segundo, tais leituras podem capacitar e estimular que seus leitores enveredem, futuramente, para outros tipos de leituras mais complexas. Como por exemplo, o gênero *New Adult*, livros de ficção comercial, também intitulado pela crítica como literatura de entretenimento. Ao que parece a indústria da Literatura e do livro está o tempo todo se reinventando e nos surpreendendo com essa busca incessante, por meio de seus lançamentos, para ocupar todos os espaços vazios de potenciais consumidores/ leitores. Possibilidades não faltam. O mercado da Literatura, seja em nível mundial ou nacional,

aparentemente não está disposto a deixar que falte opções para todos os leitores, independente da faixa etária e de suas preferências literárias.

Evidentemente, não creditamos aos livros lançados por jovens internautas a exclusiva responsabilidade em relação ao contato de seus leitores com títulos legitimados. Em outras palavras, não necessariamente a leitura destes livros irá habilitar ou preparar seus leitores a enveredarem pelos caminhos da Literatura canônica, aquela vista com bons olhos pela academia e pela crítica. Podemos, entretanto, cogitar a Literatura de Entretenimento como espécie de ponte que possibilitará, àqueles que a consomem, constituir elos e, consequentemente, elaborar construções dialógicas em relação aos livros publicados na contemporaneidade, buscando, ao fim do processo, determinar os prováveis horizontes referentes às suas formações enquanto leitores literários críticos. É válido, portanto, pensar nas produções literárias assinadas por jovens influenciadores como uma caminho ou uma passagem para quaisquer Literaturas, sejam elas canônicas, legitimadas ou não.

É claro, então, que não esperamos que o hábito de leitura de produtos literários escritos pelas web celebridades, seja capaz, por si só, de suprir as necessidades, por exemplo, relacionadas à aquisição de vocabulário, ferramentas de linguagem ou conhecimento relevantes acerca da juventude. A leitura única e exclusiva deste tipo de texto pode formar leitores hábeis, apenas, nesta área da Literatura, uma vez que, “[...] estamos apenas diante de uma Literatura de Entretenimento que preenche um nicho mercadológico carente de publicações, que é o do consumidor adolescente [...]” (SANT’ANNA, 2017, p. 53).

O amadurecimento o qual esperamos que esses jovens leitores alcancem pode ser visto, por exemplo, em alguns casos específicos de influenciadores digitais autores de livros que foram de um gênero a outro. Isto é visível nos textos publicados em 2017 pelos *youtubers* Kéfera Buchmann e Christian Figueiredo, que a princípio escreveram obras cujos gêneros puderam ser classificados como relatos autobiográficos e manuais/tutoriais, agora trazem ao mercado livros de narrativas ficcionais. *Querido dane-se* (Paralela, 2017) e *Um coração maior que o mundo* (Outro Planeta, 2017), dos respectivos escritores, comprovam à apropriação, por parte destes, de experiências de escrita e leitura distintas daquelas constantes em suas primeira obras.

Em suma, passamos a entender estes produtos extremamente populares no mercado de hoje não apenas como sendo uma produção de boa ou má qualidade, mas como espécie de elemento que impulsiona o público jovem, pouco ligado à prática espontânea da leitura de livros impressos a mergulharem nesse universo. Assim, as previsões mais alarmistas sobre o

fim do livro, da leitura e do leitor, aqui caem por terra, pois é possível percebermos, de forma inesperada até, uma expressiva busca pela leitura e por suportes impressos. Diante deste cenário, é importante frisarmos que os jovens brasileiros, atualmente, ainda que em pequena quantidade, se considerarmos aquilo que poderia realmente acontecer, têm impulsionado o consumo de obras impressas – mesmo que não procurem, preferencialmente, mais uma vez, as festejadas obras canônicas, legitimadas pelas academias e pela crítica.

Todorov (2010), a esse respeito, acrescenta que estes produtos hoje vistos como não-literários trazem lições importantes a serem difundidas. O autor defende a leitura e até a utilização destes livros em contextos diversos, como por exemplo, nas escolas junto aos jovens estudantes, já que apropriar-se delas, segundo o teórico, não significa assassinar a Literatura. Compartilhamos do mesmo entendimento e argumentação de Todorov, pois cremos que tais leituras têm por objetivo buscar a pluralidade de sentidos. Ainda que não legitimadas pela academia e crítica, estas são capazes de levar os alunos a estabelecerem uma relação mais íntima e prazerosa com as práticas de leitura e as atividades escolares que envolvam textos e interpretações.

Dessa maneira, os livros assinados por jovens influenciadores digitais podem estimular seus seguidores/leitores, em parte, a descobrirem outros caminhos para a leitura, e a partir daí conhecerem outras palavras, outros sentimentos e outras perspectivas.

Por fim, reflexões a cerca das particularidades intrínsecas à Literatura, ligadas à formação de um espaço literário específico ao jovem e, também, à sua importância para desenvolvimento e amadurecimento literário deste grupo, serão tratadas no próximo subitem.

4.2 Literatura para o jovem nativo digital, devir

De acordo com Resende (2008), as novas relações estabelecidas entre diferentes materiais de leitura e mercado editorial são incrementadas, todos os dias, por ferramentas imbuídas de maior eficiência e agilidade, seja quanto à edição dos textos produzidos por autores, seja na ploriferação de pequenas editoras por todo o país e o crescimento destas, e seja, ainda, no uso da rede mundial de computadores como agente motivador à produção literária, estreitando os vínculos entre escritores, leitores, editoras e empresas de divulgação, assim como foi possível observarmos nos capítulos e subcapítulos anteriores, ao longo desta pesquisa.

Nesse sentido, torna-se compreensível que nem todas as ramificações da ciência

literária tenham sido capazes de acompanhar as muitas novidades que a perpassam. Desta maneira, no presente subitem, iremos propor elucubações em relação ao espaço dedicado e permitido às produções textuais produzidas e direcionadas por e aos jovens leitores. Também serão perscrutadas considerações teóricas referentes ao valor da Literatura, do livro e da leitura para os jovens brasileiros, *nativos digitais*.

Com base nesta exposição, pretendemos estabelecer os lugares ocupados por aquilo que chamamos, neste trabalho, como transformações, propondo refletir novos horizontes e outras perspectivas ao fazer literário nacional atual.

4.2.1 Novos horizontes...

Quando a internet popularizou-se e a escrita em *blogs* estourou no início dos anos 2000 pensou-se que os blogueiros se tornariam os principais escritores de seu tempo. Diante desta possibilidade, contratos foram assinados, todos no estilo “[...] blogueiro-vira-autor [...]” (KLOSTERMAN, 2017, p. 212). Em geral, tanto nas áreas comerciais quanto crítica, as produções escritas conseguiram um considerável sucesso. Os únicos casos que não lograram êxito, de acordo com Klosterman (2017), estavam ligados não à falta de talento de seus autores, mas ao fato de que escrever textos para redes sociais e para livros são coisas bem diferentes. Segundo o autor, enquanto um é feito para durar apenas alguns poucos dias, o outro é para sempre, devendo fazer sentido vinte anos depois de escrito, por exemplo.

Discordamos, portanto, desse entendimento, pois não há nenhuma garantia de que algo escrito hoje fará sentido duas, três ou mais décadas adiante só porque está registrado em um livro impresso. Klosterman (2017), mais adiante, ao comparar as práticas de escrita em suportes impresso e eletrônico chega à conclusão que a primeira que é capaz de suscitar debates e reflexões mais profundas e significativas, em razão da complexidade que exige. Por outro lado, a segunda, é superficial, já que estaria exposta às instabilidades inerentes ao mundo virtual. Levando em consideração que, em sua maioria, os livros escritos por jovens internautas trazem à luz o movimento de transporte dos conteúdos das redes sociais para os livros impressos, esperamos, naturalmente, que suas publicações literárias também tivessem uma redação própria ao ciberespaço e, ainda mais, temáticas que fazem mais sentido serem abordadas, única e exclusivamente, no meio *online* – isto se considerarmos o ponto de vista defendido por Klosterman (2017).

Giorgio Agamben (2009) atribui aos escritores contemporâneos a responsabilidade por

provocar quebras nas manifestações artísticas – sejam elas quais forem – entretanto, aqui nos referimos, no contexto deste estudo, àquela de natureza literária. Quebras essas que barram a composição linear de seu tempo. Trata-se de uma fratura em relação às licenças ou aos paradigmas culturais outrora impostos. As jovens web celebridades de produções literárias cujos conteúdos se parecem com aqueles publicados em seus *blogs* e canais do *Youtube*, poderiam por nós ser compreendidos, de acordo com Agamben (2009), como sendo predecessores na contemporaneidade digital do estabelecimento de contraposições entre tradição e ruptura, a julgar pelas controvérsias existentes entre Literatura e Internet. Mas não só isso, eles estariam encarregados de preencherem as lacunas que começam a se fazer presentes, uma vez que também se configuraram como “[...] o sangue que deve saturar a quebra [...]” (AGAMBEN, 2009, p. 61).

O filósofo também enaltece o trabalho conduzido por artistas de tempos contemporâneos: “[...] se, como vimos, é o contemporâneo que fraturou as vértebras de seu tempo [...] ele faz dessa fratura o lugar de um compromisso e de um encontro entre os tempos e as gerações [...]” (AGAMBEN, 2009, p. 71). Assim, podemos afirmar que os jovens autores do mundo virtual cumprem os papéis por eles assumidos, mesmo que indiretamente. Pois são suas atuações no mudo da produção de textos impresso que vieram a permitir, entre outras coisas, a realização de pesquisas quanto às possibilidades de contrastes entre o mundo do papel e o da tela, cânone e marginal e outros tantos paralelos possíveis fundados nos paradoxos e instabilidades que caracterizam a relação entre o fazer literário e era digital atualmente.

Tudo isso nos leva a um questionamento: por que este tipo de texto e os temas abordados neles não são suficientes para a formação de jovens leitores ou mesmo estimular a prática da leitura? A academia e a crítica, por sua vez, poderiam, e o fazem, sempre, questionar: onde está o valor literário inerentes a estas produções escritas, publicadas por jovens e para jovens nativos digitais, concebidos em um tempo em que nada se detém ou bem pouco se absorve, no qual virtual e real se misturam e se confundem?

O presente trabalho não ambiciona responder estes questionamentos. Tampouco, conforme assinalamos ao longo dos capítulos anteriores, julgar a qualidade ou não das produções escritas em questão. Também não seria possível aqui determinar se os livros sobre os quais pesquisamos trazem elementos capazes de influenciar qualitativamente a formação do jovem leitor literário. Entretanto, levando em consideração os dados coletados nesta pesquisa, é possível afirmarmos, por ora, que a única interferência que as produções assinadas

por jovens influenciadores digitais têm em relação às práticas de leitura na atualidade dizem respeito à quantidade de lançamentos e à diversidade de títulos disponíveis para essa faixa etária que, até então, não havia conquistado efetivamente seu lugar no mercado editorial brasileiro. É necessário também dizermos que tal mapeamento não nos permite constatar se os jovens brasileiros passaram, de fato, a ler mais se comparado a tempos anteriores. Mas, seguramente, podemos afirmar que é o sentido de identidade, de pertencimento do indivíduo e de coletividade que esses livros produzidos por jovens internautas que trazem à tona e acabam por se configurar como espécie de fotografia de seu tempo.

Apesar disso, verificamos o quanto é difícil para a crítica e a academia, ainda presos à velhas concepções, reconhecer a originalidade ou os aspectos inovadores que permeiam esses livros. Isto se dá, segundo Perrone-Moisés (2016), porque em tempos contemporâneos, os livros são positivamente reconhecidos e analisados pelas tradicionais entidades a partir das características preteritamente – mais especificamente do século XIX – estabelecidas. Há, dessa forma, uma hesitação da academia e da crítica em abrir-se para o novo, ainda presos a velhas concepções que dividem as obras em literatura canônica e marginal. Perrone-Moisés (2016) esclarece que:

O grande juiz da obra literária é tempo. Se uma obra continua a suscitar novas leituras, não é porque ela contém valores essenciais, mas porque ela corresponde a indagações humanas de longa duração, concernentes à vida e à morte, ao amor e ao ódio, à paz e à guerra, e porque essas indagações estão nela formuladas numa linguagem cuja eficácia significante é reconhecida por leitores de sucessivas épocas. É esse reconhecimento que faz um ‘clássico’ e o insere num cânone (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 65, grifo nosso).

Para Sant'Anna (2017), a censura a esse tipo de fazer literário, não significa “[...] antipatia contumaz da academia diante da literatura que alcança um grande público [...]” (SANT'ANNA, 2017, p. 50), pois se assim fosse, “[...] estaríamos jogando junto com a ‘água suja da banheira’ deste tipo de literatura, títulos que no passado foram produzidos como literatura de massa e hoje são tomados como textos canônicos, de ‘alta literatura’ [...]” (SANT'ANNA, 2017, p. 50, grifo do autor).

Entretanto, acreditamos que às questões antes levantadas devem ser incluídas outras acerca do sentido de identidade e de pertencimento do indivíduo e da coletividade, cujas produções são o retrato de sua cultura. Tal percepção nos levam a pensar – ainda que não tangentes à temática abordada neste trabalho– com referência ao fato de que se os livros produzidos por jovens internautas trazem à tona as marcas da era digital, dos diálogos

precisos junto aos seus fãs e seguidores, tais produtos, exatamente como mencionam, se configurariam como espécie de retrato de suas temporalidades.

Como consequência a esta questão, trazemos à hesitação, mais uma vez, os critérios estabelecidos por instituições acadêmicas e críticas, que ainda hoje insistem em examinar a Literatura produzida por jovens na atualidade com os mesmos olhares e militâncias anteriormente postos em prática, mantendo juízos de valor presos às amarras dos títulos livrescos que aprendemos a reconhecer como cânones e clássicos. Lembramos, na ocasião, a posição de Perrone-Moisés (2016) quando constata que, em tempos contemporâneos, os livros positivamente reconhecidos por tradicionais entidades são analisados a partir das características preteritamente – mais especificamente do século XIX – estabelecidas. Trazendo seu entendimento ao campo deste estudo, certificamo-nos, então, o quanto difícil se faz reconhecer a originalidade ou os novos aspectos que permeiam as obras escritas na era digital, já que não há parâmetros para tal.

Assim, em concordância com o registro de Perrone-Moisés (2016), é possível pensarmos que os livros escritos por influenciadores digitais trazem à superfície diferentes entendimentos sob distintas óticas, quanto aos sentimentos e as perspectivas inerentes aos jovens leitores. À vista disso, estes livros estariam atendendo, ainda que por hora, às necessidades do leitor jovem nativo digital, que por mais que se individualize por ter nascido e se encontrar imerso em meio ao surgimento das novas tecnologias, não podemos deixar de lembrar que compartilham características comuns a quaisquer jovens, nascidos e imersos em outros sistemas, cerceados ou não por ferramentas eletrônicas.

A realidade, apesar de tudo, é que os jovens escritores não esperam mais o aval nem da crítica e nem do mercado. Eles simplesmente publicam à medida que as possibilidades surgem, fazendo uso das oportunidades oferecidas pelo ciberespaço. Neste sentido, podemos citar o surgimento de *homepages* cujos registros escritos passam a ser submetidos a comentários e colaborações, assumindo o lugar de revistas ou suplementos literários²⁸.

Durante muito tempo, de acordo com Hunt (2010), o público jovem não pôde contar com uma produção literária voltada especificamente para ele. Estes, então, ficavam à margem da produção de livros em território nacional. Tal afirmação pode ser facilmente comprovada com o fato de que até bem pouco tempo as livrarias tinham seções voltadas apenas para os públicos infantil e adulto e outras diferentes áreas do conhecimento.

²⁸ Aqui relembramos o empenho dos *youtubers* que se dedicam à produção de conteúdo digital sobre o universo literário, os *booktubers* – os quais já mencionamos em seções anteriores nesta pesquisa.

Por certo, o expressivo aumento do investimento na materialidade dos conteúdos veiculados via redes sociais, além, de ter provocado, um aumento no número de lançamentos de livros de autoria de jovens navegantes, fez surgir uma nova tendência na indústria brasileira do livro. Esta nova realidade não trouxe somente para a superfície as discussões em relação ao aumento da produção e do consumo de livros de impressos, mas, também, as dificuldades que a academia e a crítica atualmente ainda têm em receber e analisar essas obras.

Certamente, o sucesso de um livro e do autor se dá, em grande parte, quando ambos conseguem atender o gosto da sociedade da época. Não seria isto o que temos visto acontecer com os jovens leitores usuários das redes sociais? Sem dúvida, sabemos que a procura pelos livros escritos pelas web celebridades são decisivamente influenciadas por suas atuações nas redes sociais e, também, pelo poder da indústria do consumo.

Estudando esse movimento encabeçado por jovens internautas autores de livros concluímos que, eles próprios, conscientemente ou não, através não apenas do ciberspaço, mas também dos materiais de leitura que escrevem, são os responsáveis por dar voz aos seus pares. O que ocorre, em resumo, é a (des)marginalização deste grupo de pessoas, que passa a redesenhar suas fronteiras, esboçando estradas em direção aos terrenos passíveis de exploração (PETIT, 2009).

Para Petit (2013), a relação entre jovem leitor e o objeto literário é permeada por diferentes nuances. O livro permite que ele seja capaz de receber palavras que lhe permitam apaziguar seus medos, anseios e suas angústias, “[...] sem levar em conta rubricas e linhas de divisão entre obras mais ou menos legítimas [...]” (PETIT, 2013, p. 44). Ou em outras palavras, os jovens leitores não estão preocupados com o *status* que determinados livros possam ter, se baixa ou alta literatura, se boa ou de ruim qualidade, alvos de críticas positivas ou negativas por parte da crítica, eles querem apenas ler algo com o qual se identifiquem. Desejam, simplesmente, praticar o ato da leitura, sem se importar com a origem ou o processo de produção desta ou daquela obra.

A autora também esclarece que, apesar de ser importante termos contato com um *corpus* diversificado de livros, autores e gêneros, não é possível nos prendermos, tão somente, às produções escritas atualmente. É necessário, portanto, que os jovens leitores também conheçam e reconheçam a importância e o lugar ocupado pelos clássicos. Ou como Antônio Cândido (2011) disse: é imprescindível o acesso “[...] tanto à literatura sancionada quanto a literatura proscrita [...]” (CÂNDIDO, 2011, p. 175).

Por outro lado, não seriam os livros escritos por jovens influenciadores digitais um exemplo de um movimento de transformação da produção literária na contemporaneidade, alicerçada hoje, em grande parte, em pilares distintos daqueles anteriormente instituídos? Concordamos com Jonathan Culler, trazido à discussão por Paulino (2014), quando ele diz que “[...] a literatura é uma instituição paradoxal porque [...] é também zombar das convenções, ir além delas [...]” (CULLER 1999 apud PAULINO, 2014, p. 45). E ao ultrapassar as barreiras remotamente estabelecidas entre boa ou ruim e alta ou baixa Literatura, como Resende (2008) menciona, assumimos o risco de deixar de se produzir e lançar aquilo que é reconhecidamente, pela academia e pela crítica, Literatura, “[...] ou ainda, de fazer com que a literatura se coloque num lugar outro, num lugar de passagem entre os discursos [...]” (RESENDE, 2008, p. 9).

São, portanto, nestes entre-lugares literários originários das manifestações que discordam das concepções tradicionais de Literatura, autor, leitor, livro e do estranhamento em relação àquilo que inova, tanto por parte da constituição de espaços literários a grupos específicos de pessoas, quanto das instituições que decidem aquilo que é ou não literário, logo, digno de leitura e apreciação, que aparecem, no contexto da produção escrita brasileira atualmente, o que entendemos como sendo algumas de suas transformações. Estas que tanto precisam de cuidadosos olhares, apenas por meio dos quais será oportunizada a compreensão a respeito de seus produtos, autores e leitores; dos atores – e suas atitudes – que protagonizam o espetáculo híbrido que é viver no atual sistema social que oferece lugar tanto para o remoto e incerto quanto para impresso e digital, literário e não-literário (CELESTE, 2018).

Não apenas as premissas de Petit (2012), como também aquelas antes apresentadas por demais pesquisadores, nos tornaram conscientes quanto à temática explorada neste estudo, encaminhando-nos à procura de melhor percepção acerca das obras assinadas por jovens nativos digitais direcionadas aos seus pares. Nesta perspectiva, pretendemos, no último subitem, apresentar algumas perspectivas em relação à importância da Literatura, do livro e da leitura aos jovens, assim como a contribuição destes elementos ao seu desenvolvimento enquanto leitores.

4.2.2 Outras perspectivas

Para Michèle Petit (2012), a prática de leitura por jovens pode ser capaz de oferecer-lhes contexto favorável à autonomia em relação aos discursos repressivos e paternalistas. A

criação de materiais de leitura por parte deste público em particular, segundo Petit (2009), acontece quando aqueles que o constituem se evadem, isolam-se e se distanciam de outros, até mesmo de seus pares, “[...] nas beiradas, nas margens da vida [...]” (PETIT, 2012, p. 27).

Assim, o ato de leitura, ainda que realizado ocasionalmente, para Petit (2012), pode preparar os jovens, que “[...] simbolizam este mundo novo que não controlamos e cujos contornos não conhecemos bem [...]” (PETIT, 2012, p. 16). Dessa forma, podem vir a enfrentar e a resistir aos processos de marginalização, bem como as situações essenciais nas quais as dificuldades sempre estão presentes. Quanto ao poder de alcance da Literatura em relação aos jovens, a antropóloga complementa:

[...] Compreendemos que ela os ajuda a se construir, a imaginar outras possibilidades, a sonhar. A encontrar um sentido. A encontrar mobilidade no tabuleiro social. A encontrar a distância que dá sentido ao humor. E a pensar, nesses tempos em que o pensamento se faz raro [...] (PETIT, 2012, p. 19).

Conforme, Petit (2012), ler também permite que os jovens sejam capazes de expor suas próprias palavras e, consequentemente, construir seus próprios textos. E ainda que o objetivo principal não seja torná-los escritores profissionais, pode ajudá-los a atuarem como autores de suas próprias vidas. Afinal de contas, como discutido pela pesquisadora, a busca em relação a si próprio e o encontro consigo mesmo corresponde àquilo de mais importante para os seres humanos. Não obstante, podemos compreender como a leitura leva o leitor a decifrar as situações que experiencia. Na realidade, o texto, literário ou não, mostra àquele que o possui “[...] as regiões dele que ele mesmo não saberia nomear. As palavras do texto constituem o leitor, lhe dão um lugar [...]” (PETIT, 2012, p. 38).

A respeito deste lugar ao qual Petit (2012) se refere, ela faz alguns esclarecimentos sobre **leituras**: do espaço privado ao público (2013). Os espaços gerados a partir da leitura não se caracterizam como ilusórios, uma vez que realmente existem, conclui Petit (2013). Estes lugares são originários da psique e podem atuar como lugares de elaboração ou reconquista utilizados pelos sujeitos com o objetivo de ocuparem diferentes posições social e cultural. O quê a autora demonstra vem apenas ratificar sua afirmativa posterior quanto ao fato de que os leitores são ativos e, desta forma, desempenham ações de caráter psíquico, apropriando-se daquilo que leem, ou seja, “[...] os leitores são viajantes, circulam em terras alheias, são nômades que caçam furtivamente em campos que não escreveram [...]” (CERTEAU apud PETIT, 2013, p. 44). Dessa maneira, ao construírem seus próprios espaços íntimos, Petit (2012) insinua que os leitores possam apreender outras distintas percepções de

suas próprias vidas e daquilo que os cerca, permitindo-lhes conferir sentido e significado às suas trajetórias de vida ou a constituir moradas.

Assim, é possível entendermos que os livros produzidos por jovens blogueiros e youtubers são capazes de trazer ao seu público leitor e consumidor estes abrigos sobre os quais a autora menciona. Em tempos inconstantes e fluidos, característicos da contemporaneidade “[...] os escritores nos ajudam a nomear os estados pelos quais passamos, a distingui-los, a acalmá-los, a conhecê-los melhor, a compartilhá-los [...]” (PETIT, 2012, p. 38)

Em suma, o jovem sente-se único e não compreendido em um mundo no qual todos parecem serem iguais entre si. Suas perspectivas não se parecem àquelas transmitidas por outros, às vezes, até mesmo por seus pares.

É, portanto, durante a juventude, que a intimidade, a fidelidade e a prática de compartilhamento ganham destaque. Marcam, ainda, a passagem às amizades típicas entre os adultos. Os jovens conferem aos amigos mais confiança do que aos pais e demais familiares. Um expressivo aumento das relações de caráter íntimo demonstra a preocupação destes grupo de indivíduos em terem o máximo de conhecimento em relação a si mesmos.

A esse respeito, Lima (2014) também nos esclarece que os jovens, no decorrer desta fase, vivem momentos extremamente delicados de contradição e ruptura, de perda e luto em relação ao corpo infantil deixado para trás ou aos pais, antes acolhedores.

Em sentido similar, acresce Petit (2012), os jovens convivem com diferentes emoções, desejos e pulsões que temem não possuir forças para conter, e ainda, têm receio de si mesmos e das incertezas que provêm de atitudes que possam tomar – “[...] temem ser os únicos no mundo a sentirem alguma coisa [...]” (PETIT, 2012, p. 55). A juventude, como afirma a pesquisadora, constitui-se como motivo de preocupação uma vez que os caminhos, neste instante, já não se encontram mais traçados e, dessa forma, o futuro, antes próximo, faz-se quase inatingível. É a clara perda de controle que faz com que tenham medo diante daquilo que ainda se faz desconhecido.

Explorando, a tempo, as concepções de Petit (2012), podemos também entender a juventude como aquela fase que acolhe desconfortos e inquietações, sentimentos raramente presentes em outras faixas etárias. Segundo a autora, a mais “exaltante”, e, igualmente a mais “exaltada”. É em seu decorrer que as grandes mudanças fazem-se sentir e revelar nos ideais defendidos.

Dessa forma, o papel do livro, assim como da leitura, cristalizam-se nas constatações

da antropóloga que a partir daí teoriza acerca dos diálogos que passam a existir entre autores e leitores por meio dos registros presentes nos livros, demonstrando o quanto importantes se fazem, exatamente “[...] porque o outro o diz melhor do que eu [...]” (PETIT, 2012, p. 75). O leitor vivencia de forma intensa e total a descrição das angústias e dos sentimentos trazidos à tona por aquele que escreve determinado livro. Desta maneira, fluem do espectador força e vitalidade que o fazem se encontrar entre as linhas de relatos e confissões.

Petit (2012), entretanto, esclarece que o leitor não consome passivamente o material de leitura que tem em suas mãos. No primeiro contato com o produto em questão, apropria-se de seus vocábulos, de suas expressões, dos sentidos e significados que possam vir a esclarecer-lo. Mistura, muitas vezes, suas percepções com aquelas expostas pelo autor. A efetivação deste exercício, segundo afirma a pesquisadora, caracteriza-se como trabalho de ordem psíquica que ajuda na construção progressiva da figura social do leitor. Uma íntima relação é estabelecida por este com o autor. A leitura torna-se, então, desterritorializante, abrindo, ao jovem leitor, novos horizontes, levando-o a ir além dos limites de suas famílias, círculos sociais, seus lares, enfim, suas vidas. Logo, a ação sobre a qual aqui discorremos traz a estas pessoas a oportunidade de transcederem-se e ultrapassarem o universo que já lhe é conhecido; enfim, uma prática transgressora.

Nesse sentido, podemos dizer que os jovens leitores estão preparados para perceberem o uso das diferentes linguagens, por parte daqueles que escrevem: da língua, dos relatos e das narrativas. Tal fato faz aflorar *insights*, também compreendidos como tomadas de consciência súbitas sobre verdades interiores ou “[...] esclarecimentos sobre uma parte de si mesmos até então desconhecida [...]” (PETIT, 2013, p. 46). Dessa forma, decodificar suas próprias experiências torna-se possível. Estes livros cujos apreciadores são jovens os levam a se deparar com a energia e a força imprescindíveis à saída da realidade na qual estão inseridos. Libertam-se, sem exceção, dos estereótipos que os tolhem (PETIT, 2013).

É, necessário, entretanto, esclarecermos o fato de que nem todos os livros que prometem tratar conteúdos relacionados às experiências vivenciadas pelos leitores em questão podem auxiliá-los a compreender verdadeiramente aquilo que lhes perturba. Aliás, uma proximidade exacerbada pode, por outro lado, revelar-se angustiante para alguns (PETIT, 2013). Mas pensar e refletir a respeito de algo, a partir da leitura de livros de testemunho ou ficção, relacionados ou não aos pontos de interesse, acaba sendo uma atividade importante de qualquer forma, pois toca, afirma Petit (2012), no lugar mais profundo em relação à experiência humana.

Dentro desta perspectiva, conclui Petit (2013) que, independente da relação entre objeto livro e experiência de vida, quase sempre os livros emprestam possíveis moradas. Além de permitirem que se sonhe com outros possíveis futuros e se alimente outras perspectivas diferentes, também. Superando este aspecto, podemos argumentar, também, sobre o processo por meio do qual acontece a transformação das emoções e dos sentimentos dos leitores, uma elaboração, é claro, do ponto de vista simbólico cujas condições fornecidas pelo escritor a tornam possível. Usufruindo daquilo que se encontra em seus arredores, o leitor, por si só, naturalmente, apoiando-se no texto que lê, pode diminuir as distâncias em relação às questões estranhas vinculadas àquilo que é exterior a eles. Tenta-se, ao executar este movimento, deixar a “[...] confusão mental que provoca a incomprensibilidade inerente ao que está fora de nós [...]” (PETIT, 2009, p. 98).

Petit (2009), dessa forma, entende como sendo a ordem secreta da Literatura, que a confusão do mundo interior de cada um dos jovens leitores é preparada para assumir um contorno menos aterrorizante e desconhecido. A leitura, novamente, é entendida como uma porta de acesso única, segundo a autora, ao mundo particular e íntimo. Auxiliando-lhes, dentre outras coisas, a melhor entender e conceber o sentimento de individualidade, o qual se encontra ligado à capacidade de resistir às contrariedades. Sobre esta questão, Petit (2009) tece algumas considerações:

[...] Mas em algum momento da vida, cada um de nós é um “espaço em crise”. Os seres humanos têm, diga-se, uma predisposição originária, antropológica, à crise: nascendo prematuros, nós somos marcados por uma fragilidade cujos vestígios permanecem ao longo da vida. Porém, saídas nos são oferecidas para que não sejamos atingidos pelos componentes destrutivos daquilo com que somos confrontados [...] (PETIT, 2009, p. 33, grifo da autora).

Em meio a essas questões, está o número de jovens que pouco conhece sobre aquilo que os aflige e está à procura de palavras que lhes permitam vencer seus medos, sentirem-se menos sozinhos, encontrar respostas às perguntas que os atormentam. Palavras que permitam a expressão daquilo que ficava em segredo (PETIT, 2013). Os livros e, consequentemente, a leitura, poderiam aqui ser ressignificados, conforme o que é sugerido por Petit (2009), passando a aceitá-los como as tais saídas por ela mencionadas. São os livros os responsáveis, em parte, por revelar aos leitores aquilo que ainda não sabiam sobre si mesmos. São estes livros, todos eles, frisa a autora, sem quaisquer exceções, que os ajudam a abandonar a escuridão e ir ao encontro da luz.

Assim, os livros auxiliam os jovens, por meio das frases que leem ou da apropriação

de histórias relativas a si mesmos enviadas pelos escritores, a despertar suas interioridades, estimulando seus pensamentos e suas reflexões. E os autores, no campo específico desta pesquisa, jovens influenciadores digitais, acabam levando seus seguidores e também leitores a depararem-se com suas próprias palavras. São, portanto, escritas novas, antes desconhecidas que, de alguma forma, acabaram passando a fazer parte do dia a dia desses jovens.

É possível ilustrarmos aquilo que os teóricos afirmam trazendo à luz trechos de alguns dos livros assinados por jovens internautas, já utilizados nesta pesquisa.

Em *Eu fico loko: as histórias que tive medo de contar* (Novas Páginas, 2015b), do youtuber Christian Figueiredo, alguns temas são abordados a partir de um questionamento direto aos leitores. Tal estratégia faz com que estes se sintam acolhidos por aquele com o qual, até então, possuem apenas uma relação virtual mediada pelas telas dos aparelhos eletrônicos. São detalhes como estes que dão ao texto um caráter de maior proximidade entre as partes.

Vocês se dão bem com seus pais? Como eu sempre falo, a relação com meus pais sempre foi a melhor possível! Zero cobrança, cem por cento amizade, compreensão e companheirismo. Mas eu queria trazer a história de um amigo. Nunca me senti confortável em contar sobre ele (para não expor algo que foi tão difícil na época), porém hoje me sinto preparado para falar sobre isso (FIGUEIREDO, 2015b, p. 54)

O também youtuber Rafael Moreira, autor do *Diário de um adolescente apaixonado* (Novas Páginas, 2015), traz algumas considerações pessoais sobre a idealização dos padrões de beleza na atualidade, propondo, simultaneamente a este movimento, reflexões aos jovens leitores de seu livro:

Vejo muitas meninas por aí procurando o cara ideal dentro de olhos azuis, no meio de barrigas tanquinho ou nos cabelos loiros de um bombadão qualquer. O Padrão Mundo de beleza, sabe? Pois é. Mas em algum momento elas pensam que o cara que tem a melhor das aparências e uma fachada perfeita pode não ser, por dentro, o ideal? Que carinho, atenção e cuidado com o próximo são muito mais importantes que essas coisas tão externas? (MOREIRA, 2015, s/p).

A youtuber Kéfera Buchmann, em seu relato autobiográfico - *Muito mais que cinco minutos* (Paralela, 2015), divide com seu público as situações pelas quais passara enquanto jovem: a percepção de sua imagem corporal e problemas de autoestima. Na passagem destacada, ela propõe discussões sobre o combate ao *bullying*, tema que é bastante discutido atualmente nos mais diversos espaços sociais.

Eu sempre fui gordinha e sofri muito com isso. Passei por todo tipo de humilhação possível na época da escola e isso foi o motivo da minha infelicidade por anos. Não é fácil consertar a cabeça de um ser humano que foi tão ridicularizado, digo do fundo do coração. Então é preciso combater o bullying. “Ah, mas é só brincadeira”, vai ter gente insistindo. Se existe a menor chance de a pessoa ficar muito chateada, triste mesmo, então não é mais piada, brincadeira. Se você sofre bullying ou conhece alguém que passe por isso, peça ajuda aos seus pais, amigos ou professores. Tem vergonha? Não é para ter. É enfrentar a vergonha ou correr o risco de arrastar o fantasma da humilhação pelo resto da vida (BUCHMANN, 2015, p. 22).

Os recortes trazidos aqui nos permitem dizer que a escrita produzida por jovens web celebridades digitais é marcada por indagações, palavras e sentimentos típicos da faixa etária que compartilham com seus seguidores e leitores. Podemos concluir que outros livros também assinados por outros jovens blogueiros e *youtubers* possuem tais características.

A esse respeito, Petit (2009) afirma que os jovens internautas que registram suas confidências em livros de suas próprias autorias não ficam alheios àquilo que é normalmente experienciado por seus leitores, e mais, que o ato da escrita ao ser posto em prática assemelha-se à cicatriz que é feita no outro e no mundo. A pesquisadora a descreve, ainda, como uma forma descontraída de “tomar posse do mundo”, aquele mundo singular e inerente a cada um de nós. Ou, ainda, como Cândido (2010) acredita: “[...] escrever é propiciar a manifestação alheia, em que a nossa imagem se revela a nós mesmos [...]” (CÂNDIDO, 2010, p. 86).

Sobre este tema, Antônio Cândido (2011) expressa seu entendimento em relação ao fato de que ao se produzir um registro escrito, retira-se as palavras do vácuo, dispondo-as de modo articulado. O que nos permite inferir que ao manufaturarem suas obras, os jovens blogueiros e *youtubers* tornam apreensíveis e sujeitas à significação suas concepções sobre as coisas e a vida.

De maneira complementar a tal percepção, Lima (2014) afirma que a escrita executada por um jovem, independente da função que exerce no meio virtual ou social, abrange o dualismo que há entre as esferas público e privado. Assim, ao escrever sobre si e sobre sua trajetória de vida, lança-se olhar ao outro, pois “[...] escrever é também se mostrar, se expor, fazer aparecer seu próprio rosto perto do outro [...]” (FOUCAULT, 1992 apud LIMA, 2014, p. 31).

Sobre o papel do público leitor, Cândido (2010) diz que é ele que confere sentido e realidade à obra. Sem o leitor, o autor não se realiza. O público, então, é como espelho no qual a imagem do escritor é refletida, “[...] é fator de ligação entre o autor e a sua própria obra

[...]" (CÂNDIDO, 2010, p. 47). A obra, naquilo que lhe cabe, é responsável por vincular autor e leitor. Contudo, o interesse em relação ao autor vem a acontecer após a apreciação da obra.

O que percebemos hoje, entretanto, é um movimento diferente daquele que Cândido (2010) entende como interação “[...] obra-autor-público [...]” (CÂNDIDO, 2010, p. 48). No campo relacionado à produção de livros por jovens web celebridades, observamos que primeiro o público conhece os autores, ou seja, o influenciador digital, independente de quem seja. Depois sua plataforma virtual, *blog* ou o canais no *Youtube*, após ser reconhecido pelas editoras, é que haverá o convite à publicação de uma obra, a qual pode ser compreendida, em meio a esta nova dinâmica, como um tipo de consequência da relação estabelecida entre autor e público na atual realidade de publicação de livros por jovens internautas. Dessa forma, diante destas particularidades, o traçado de Cândido (2010), no quadro atual, tornar-se-ia “autor-público-obra”.

Mesmo que percebemos tais diferenças no momento atual, a obra em si não experienciou quaisquer transformações, no sentido de que ela continua a deter o poder como mediadora entre autor e público, isto, para além das redes sociais, no caso em destaque nesta pesquisa. Por outro lado, o público continua a ser responsável por construir pontes para o autor, “[...] na medida em que [...] só adquire plena consciência da obra quando ela lhe é mostrada através da reação de terceiros [...]” (CÂNDIDO, 2010, p. 86).

Analizando o movimento encabeçado por jovens celebridades digitais autores de livros: eles próprios, conscientemente ou não, por meio não apenas do ciberespaço, mas também dos materiais de leitura que produzem, foram os responsáveis por dar voz aos seus pares. O que acontece, em resumo, é a (des)marginalização deste grupo de pessoas, que passa a redesenhar seus limites, rascunhando caminhos em direção as áreas passíveis de exploração (PETIT, 2009).

Para Petit (2013), o encontro do jovem leitor com o livro é marcado por diversas variantes. O livro, portanto, o torna capaz de recepcionar palavras que lhe ajudam a apaziguar seus anseios, seus medos e suas angústias, “[...] sem levar em conta rubricas e linhas de divisão entre obras mais ou menos legítimas [...]” (PETIT, 2013, p. 44), ou seja, o leitor não se preocupa se a obra que estão lendo é validada pela crítica e academia, eles querem apenas, lê-las:

Evidentemente, os adolescentes pedem por determinado *best-seller* e gritam contra qualquer texto que se afaste dos caminhos trilhados. Mas, ao mesmo tempo, as leituras têm, nessa fase, mais do que em outras, um caráter ainda mais anárquico,

mais eclético: os adolescentes aproveitam tudo o que cai em suas mãos, sem pensar em classificações determinadas (PETIT, 2013, p. 48, grifo da autora).

Como é possível concluirmos a partir das argumentações de Petit (2013), a prática de leitura realizada por jovens não está tomada por conceitos sobre aquilo que é entendido como leitura útil ou leitura de entretenimento. As intituladas leituras escolares ou leituras de prazer também podem ser consideradas, assim como aquelas ligadas à cultura dita erudita e, ainda, aquelas que nos fazem questionar a respeito dos usos cotidianos e habituais da leitura. Podemos acrescentar a esta constatação o fato de que os livros escritos por jovens blogueiros e youtubers, por serem originários do ciberespaço, entendido como um espaço acessível e democrático a todos, atingem totalmente por meio de suas produções impressas o público seguidor, agora, também público leitor.

Assim, como foram capazes alguns estudiosos de nos esclarecer no decorrer não só deste subitem, mas em toda esta pesquisa, cada momento histórico possui elementos adequados que permitem que a sociedade entenda as questões que, há tempos, insistem em afigir a existência humana. Hoje com as tecnologias digitais da informação e comunicação, nos perguntamos: seriam tais artifícios a difusão de textos e vídeos nas mais diferentes redes sociais, bem como a produção de livros impressos cujos conteúdos advém destes materiais virtuais um lugar no qual poderão, finalmente, se posicionar e tornar seus pensamentos ainda mais universal, uma vez que compartilham com outras pessoas da mesma faixa etária os mesmos sentimentos via texto escrito? Sem dúvida, as redes sociais são um lugar na virtualidade de encontros, desencontro e reconhecimento, assim como na materialidade das páginas dos livros impressos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Novidades podem até acontecer, mas com o tempo percebe-se que não era tão aquilo que foi dito como tal.

(CRYSTAL, 2001)

Muito além de outras perspectivas que tenhamos sido capazes de desejar atingir, a presente pesquisa delineou-se como proposta para reflexões em relação aos caminhos tomados pela indústria literária impressa e o mercado editorial após o surgimento da Internet e o expressivo crescimento dos valores ligados ao consumo.

Sugerimos, a partir dos caminhos percorridos por este estudo, refletir sobre a Literatura Brasileira à luz dos holofotes das novas tecnologias digitais da informação e comunicação, interconectada pelas redes sociais e por uma infinidade de aparelhos eletrônicos. Refletimos, ainda, sobre o fenômeno da convergência das mídias que impulsionaram o surgimento de novos conceitos no campo literário. Assentamos a obscuridade relacionada a esta temática inquietante à academia e à crítica, como nos propôs Agamben (2009). Esperamos ao fim termos conseguido esclarecer alguns pontos e avistar outros igualmente relevantes.

Como pudemos verificar, a produção de obras impressas assinadas por jovens celebridades do mundo virtual é uma realidade que não pode ser ignorada. Das linhas dos textos postados em suas redes sociais ou dos vídeos compartilhados em seus canais do *YouTube*, os livros escritos por eles acabaram nos levando à refletirmos sobre a Literatura Brasileira na atualidade. Sem sombra de dúvidas, as inesperadas possibilidades de expressão escrita e literária na atualidade realizadas por jovens navegantes não só abalaram as estruturas do que antigamente se compreendia como Literatura de boa ou má qualidade, como também ultrapassaram os tradicionais limites que normalmente marcavam a legitimidade e marginalidade literária.

Deixando o saudosismo de lado, tudo sobre qual dissertamos trouxe à superfície algumas novas perspectivas relativas à produção literária brasileira contemporânea. No incerto caminhar por entre as publicações impressas de autoria de jovens internautas, milhares de visualizações, comentários e compartilhamentos de *posts* e vídeos, além do forte investimento na divulgação das imagens destas pessoas fora do ambiente virtual, “[...] a

Literatura fez-se mutável e, portanto, viva. [...]” (CELESTE, 2018, p. 208), respirou novos ares, renovou-se.

Não queremos, portanto, aqui ignorar as discussões em relação à qualidade desses títulos, muito embora tenhamos preferido não refletir profundamente sobre essa questão, reconhecemos que hoje o que existe à disposição no mercado literário para os leitores, com base no levantamento antes apresentado, é um grande número de obras cuja temática gira, em sua maioria, na juventude e seus dilemas. Além do que, a coleta de dados que fizemos reflete apenas um recorte do imenso universo de possibilidades viáveis para a indústria literária impressa, assim como para o mercado editorial brasileiro.

É necessário esclarecermos que embora o levantamento de obras assinadas por jovens navegantes tenha se restringido a um curto espaço de tempo, é facilmente possível verificarmos, atualmente, que a produção e divulgação de novos lançamentos desses escritores/celebridades digitais continuam a todo vapor, como por exemplo, Felipe Neto, Evelyn Regly, Erick Mafra, Luan Kovarik, entre outros, que lançaram novos títulos nos últimos dois anos.

Embora saibamos que há um grande número de obras literárias assinadas por jovens blogueiros e *youtubers* distribuídas em livrarias e feiras de Literatura em todo o país, não podemos afirmar que o público-alvo destes livros esteja, realmente, lendo com maior frequência ou em maior quantidade livros impressos. É possível, por outro lado, dizermos, com base nas informações quantitativas e qualitativas encontradas nessa pesquisa, que os jovens leitores/seguidores compram estes produtos. Os livros, nesse contexto, tornaram-se algo mais do que conteúdo, tornaram-se um objeto; e são os leitores fãs que alimentam o mercado editorial e acabaram criando uma relação de afeto entre eles e os escritores.

Acreditamos, sinceramente, que a oferta desse tipo de produto pela industria do livro é o primeiro passo para que esse público encontre o caminho para o mundo da leitura. E aqui, cabe uma importante explicação: pensar na escrita literária hoje é ao mesmo tempo falar de outras artes, outras linguagens, outros gêneros. “[...] É também pensar em outros tipos de relação: da literatura que está na internet, da literatura que sofre influencia desses tempos de internet e da literatura que se constrói a partir da internet [...]” (MUNARI, 2011, p. 04). Em todos esses casos, podemos entender a internet como mais uma possibilidade de aproximação entre a literatura em meio impresso e o leitor. E assim como no passado o mundo da literatura se viu totalmente transformado com a invenção de Gutenberg, a internet e as redes sociais também revolucionaram as práticas literárias do homem contemporâneo.

Assim, novas possibilidades de escrita, de leituras, de ser, de estar e de se comunicar nesse mundo imerso em tecnologias digitais da comunicação são uma realidade irreversível, portanto, impossível de ser ignorada. Cabe a nós nos adaptarmos e entender suas novas e múltiplas facetas.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural:o esclarecimento como mistificação das massas. In: _____. **Dialética do esclarecimento:** fragmentos filosóficos. 1947. Disponível em: <https://direitoufma2010.files.wordpress.com/2010/05/a-industria-cultural.pdf> . Acesso em: 25 nov. 2018.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? E outros ensaios.** Chapecó: Argos, 2009.

ARANTES, Juliana Leite. **Leitores Eloquentes:** os booktubers e as novas práticas de leitura amadora na internet. 2017. 190f. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

BARBIER, Frédéric. **História do livro.** São Paulo: Paulistana, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida.** Rio de Janeiro, Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo:** transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Sobre educação e juventude:** conversas com Ricardo Mazzeo. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reproducibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reproducibilidade técnica.** Porto Alegre: L&PM, 2013.

BERGER, Jonah. **Contágio:** por que as coisas pegam. Rio de Janeiro: Leya, 2014.

BLANCHOT, Maurice. **L'écriture du désastre.** Paris: Gallimard, 1980.

CÂNDIDO, Antônio. **Literatura e sociedade.** Rio de Janeiro: Ouro Sobre Azul, 2010.

CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas.** São Paulo: Iluminuras, 2008.

CARR, Nicholas. **A geração superficial:** o que a internet está fazendo com os nossos cérebros. Rio de Janeiro: Agir, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet:** reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 1 v.

CELESTE, Jennifer. **Alteridade, internet e literatura:** um breve olhar sob a produção textual de Bruna Vieira. 2016. Disponível em:
http://www.unincor.br/images/arquivos_mestrado/arquivos/ANAIS_VI_ENCONTRO_TRIC_ORDIANO_LITERATURA.pdf. Acesso em: 09 mar. 2018.

- CHARTIER, Roger. **A aventura do livro:** do leitor ao navegador. São Paulo. Editora: UNESP, 1999.
- CHARTIER, Roger. **Inscrever e apagar:** cultura e literatura. São Paulo: UNESP, 2007.
- CHATFIELD, Tom. **Como viver na era digital.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- COMPAGNON, Antoine. **Os cinco paradoxos da modernidade.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 1996.
- CRYSTAL, David **Language and the Internet.** 1. ed., Cambridge, Cambridge University Press, 2001.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados.** 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2015.
- HUNT, Peter. **Crítica, teoria e literatura infantil.** São Paulo: Cosac Naify, 2010.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.
- KENSKY, Vani Moreira. **Educação e tecnologias:** o novo ritmo da informação. 8. ed. Campinas, São Paulo: Papirus, 2007.
- KLOSTERMAN, Chuck. **E se estivermos errados?** Brasil: HarperCollins Brasil, 2017.
- LÉVY, P. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.
- LÉVY, P. **Cibercultura.** 3. Ed. São Paulo: Editora 34, 2010.
- LIMA, Nádia Laguárdia de. **A escrita virtual na adolescência:** uma leitura psicanalítica. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.
- LIRA, Lucas. **Minha vida antes do invento na hora.** São Paulo: Outro Planeta, 2016.
- LISBÔA, E. S.; COUTINHO, C. P. O processo da Comunicação na Sociedade da Informação: em Busca de um Referencial Teórico. In: BOTENTUIT JUNIOR, J. B.; COUTINHO, C. P. **Educação on-line:** conceitos, metodologias, ferramentas e aplicações. Curitiba: Editora CRV, 2012.
- LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo:** uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.
- MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura.** São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- McCRINDLE, Mark; SALGADO, Bernard; McDONALD, Peter. In: HANSEN, Jane. Future is bright for Generation Alpha. **News,** v. 3, jun. 2013. Disponível em: <https://www.news.com.au/national/victoria/future-is-bright-for-generation-alpha/news-story/9e491cb6cfdd407dfdd1813781f24e52>. Acesso em: 04 jun. 2018.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 2007.

MCLUHAN, Marshall. **A Galáxia de Gutenberg.** Tradução de Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Nacional/USP, 1972.

MOREIRA, Rafael. **Diário de um adolescente apaixonado.** São Paulo: Novas Páginas, 2015.

MUNARI, Ana Cláudia. **Literatura e internet.** 2011. Disponível em: <http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/anais/XISemanaDeLetras/pdf/anamunari.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2018.

PATTE, Geneviève. **Deixem que leiam.** Rio de Janeiro: Rocco, 2012.

PAULINO, Graça. **O tempo e o campo do jogo: onde está a literatura?** In ABICALIL, Célia et al. (orgs.). Onde está a literatura? Seus espaços, eus leitores, seus textos, suas leituras. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

PELLEGRINI, Tânia. **A literatura e o leitor em tempos de mídia e mercado.** 1997/2017. Disponível em: <http://www.unicamp.br/iel/memoria/projetos/ensaios/ensaio33.html>. Acesso em: 06 nov. 2018.

PERRONE-MOISÉS, Leyla. **Mutações da literatura no século XXI.** São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

PETIT, Michèle. **A arte de ler:** ou como resistir à adversidade. Porto Alegre: Editora 34, 2009.

PETIT, Michèle. **Os jovens e a leitura:** uma nova perspectiva. Porto Alegre: Editora 34, 2012.

PETIT, Michèle. **Leituras:** do espaço íntimo ao espaço público. Porto Alegre: Editora 34, 2013.

PEW Research Center. Teens, Social Media & Technology 2018, may 2018. Disponível em: https://www.pewinternet.org/wpcontent/uploads/sites/9/2018/05/PI_2018.05.31_TeensTech_FINAL.pdf. Acesso em: 17 mar. 2018.

PRENSKY, M. **Digital Natives, Digital Immigrants.** 2001. Disponível em: http://www.albertomattiacci.it/docs/did/Digital_Natives_Digital_Immigrants.pdf. Acesso em: 23 mar. 2018.

RAMAL, Andrea Cecília. **Educação na cibercultura:** hipertextualidade, leitura, escrita e aprendizagem. Porto Alegre. Artmed, 2002.

REGLY, Evelyn. **É do babado!.** São Paulo: Astral Cultural, 2016.

RESENDE, Beatriz. **Contemporâneos:** expressões da literatura brasileira no século XXI. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2008.

SANT'ANNA, Jaime. Fala sério, Thalita: é a literatura de massa uma estratégia eficiente para a formação do leitor literário?. **Revista de Letras**, Curitiba, v. 19, n. 24, p. 43 - 58, mar. 2017.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna:** intelectuais, arte e videocultura na argentina. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura e artes do pós humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SILVA, Elson Marcolino da. **Letramento Digital e Pressupostos Teórico-pedagógicos: Neotecnismo Pedagógico**, 2013. 196f. Tese (Doutorado) – Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

SILVA, Mírian Rita. O labirinto YouTube: o site em que os vídeos floresce as veredas se bifurcam. **Revista Universitas: Arquitetura e Comunicação Social**, Brasília, v. 9, n. 1, p. 9-18, jan./jun. 2012.

SOUZA, Eneida Maria. **Nostalgias do cânone.** In Crítica Cult. Belo Horizonte. Editora UFMG, 2002.

TODOROV, Tzvetan. **A literatura em perigo.** Rio de Janeiro: Difel, 2010.

VEEN, Wim; VRAKKING, Ben. **Homo zappiens:** educando na era digital. Porto Alegre: Artmed, 2009.

ZANETTE, Maria Carolina. **Novos Influentes:** Blogues e sua relação com o consumo. 2011. Dissertação (Mestrado) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2011.

ZANETTE, Maria Carolina. **Leitores Eloquentes:** os booktubers e as novas práticas de leitura amadora na internet. 2017. 190f. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

ZILBERMAN, Regina. Questões de história da leitura: escritores e público em intercâmbio pouco recíprocos. **Sócio-poética**, Pernambuco, v. 1, p. 101-107. 2007.

OBRAS CITADAS

BUCHMANN, Kéfera. **Muito mais que cinco minutos.** São Paulo: Paralela, 2015.

BUCHMANN, Kéfera. **Tá gravando. E agora?.** São Paulo: Paralela, 2015.

BUCHMANN, Kéfera. **Querido dane-se.** São Paulo: Paralela, 2017.

CAMARGO, Eduardo; OLIVEIRA, Felipe. **Amiga, deixa de ser trouxa:** o manual de relacionamento da diva depressão. São Paulo: Matrix, 2016.

CAMARGO, Eduardo; OLIVEIRA, Felipe. **Desperte a diva que existe em você:** assuma sua personalidade diva e dê adeus à cafonice para sempre. Rio de Janeiro: Fábrica 231, 2016.

CAMPOS, Chris. **Casa da Chris:** transforme sua casa em um lugar bacana e faça do lar-doce-lar o cenário ideal para suas histórias. Rio de Janeiro: Record, 2004.

ELBONI, Frederico. **Meu universo particular.** São Paulo: Benvirá, 2015.

ELBONI, Frederico. **Só agente sabe o que sente.** São Paulo: Benvirá, 2016.

FABER, Isadora. **O diário de classe:** a verdade. Belo Horizonte: Gutenberg, 2014.

FIGUEIREDO, Christian. **Confissões online.** São Paulo: Generale, 2015.

FIGUEIREDO, Christian. **Eu fico loko:** as desventuras de um adolescente nada convencional. São Paulo: Novas Páginas, 2015(a).

FIGUEIREDO, Christian. **Eu fico loko:** as histórias que tive medo de contar. São Paulo: Novas Páginas, 2015b. São Paulo: Novas Páginas, 2015(b).

FIGUEIREDO, Christian. **Eu fico loko:** o livro secreto dos bastidores. São Paulo: Novas Páginas, 2016.

FIGUEIREDO, Christian. **Um coração maior que o mundo.** São Paulo Outro Planeta, 2017.

FIGUEIREDO, Íris. **Dividindo Mel.** São Paulo: Draco, 2011.

FREITAS, Ariane; GRECCO, Jéssica. **O livro do sossego:** para colorir, relaxar, desestressar e deixar sua vida mais leve. Belo Horizonte: Gutenberg, 2015.

FREITAS, Isabela. **Não se apega, não.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

FREITAS, Isabela. **Não se iluda, não.** Rio de Janeiro, Intrínseca, 2015.

GABRIEL, Pedro Antônio. **Eu me chamo Antônio.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

MAGIEZI, Zack. **Estranheirismo.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2016.

NETO, Felipe. **Não faz sentido:** por trás da câmera. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.

PACHECO, Raquel. **O doce veneno do escorpião:** o diário de uma garota de programa. São Paulo: Panda Books, 2006a.

PACHECO, Raquel. **O que aprendi com Bruna Surfistinha:** lições de uma vida nada fácil. São Paulo: Panda Books, 2006b.

PACHECO, Raquel. **Na cama com Bruna Surfistinha:** receitas de prazer e sedução. São Paulo: Panda Books, 2008.

RANGEL, Lucas. **O sensacional livro anti-tédio do Lucas Rangel.** São Paulo: Paralela, 2016.

ROWLING, J. K. **Harry Potter.** Rio de Janeiro: Rocco,2000.

SABAR, Carol. **Como quase namorei Robert Pattinson.** São Paulo: Jangada, 2011.

SABAR, Carol. **Azar o seu!.** São Paulo: Jangada. São Paulo: 2013.

SILVA, Aguinaldo. **Deu no blogão.** São Paulo: BlogBooks, 2009.

SILVA, Maisa. **O diário de Maisa:** um ano inteiro comigo!. Belo Horizonte: Gutenberg, 2016.

SILVA, Maisa. **Sinceramente Maisa:** histórias de uma garota nada convencional. Belo Horizonte: Gutenberg, 2016.

SMITH, Keri. **Destrua este diário.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

SMITH, Keri. **O mundo imaginário de....** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

TABET, Antônio. **Kibe louco:** um livro do melhor blog de humor do Brasil. São Paulo: BlogBooks, 2009.

VIEIRA, Bruna. **A menina que colecionava borboletas.** Belo Horizonte: Gutenberg, 2013.

VIEIRA, Bruna. **Meu primeiro blog.** Belo Horizonte: Gutenberg, 2013.

VIEIRA, Bruna; CAFAGGI, Luciana. **Bruna Vieira em quadrinhos:** quando tudo começou. Belo Horizonte: Nemo, 2015.

VIEIRA, Bruna; CAFAGGI, Luciana. **Bruna Vieira em quadrinhos:** o mundo de dentro. Belo Horizonte: Nemo, 2016.

ANEXO A – LEVANTAMENTO DE LIVROS PUBLICADOS POR JOVENS YOUTUBERS E BLOGUEIROS ENTRE OS ANOS DE 2012 E 2018.

ABRAHÃO, Sophia; MUNHÓZ, Carolina. **O reino das vozes que não se calam.** Rio de Janeiro: Fantástica, 2014.

ABRAHÃO, Sophia; MUNHÓZ, Carolina. **O mundo das vozes silenciadas.** Rio de Janeiro: Fantástica, 2015.

ABRAHÃO, Sophia; MUNHÓZ, Carolina. **O reino secreto:** livro de colorir. Rio de Janeiro: Fantástica, 2016.

AGUIAR, Arthur et al. **Muito amor por favor:** um sentimento em quatro elementos. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

AGUZZOLI, Fernando. **Quem, eu?:** uma avó, um neto, uma lição de vida. São Paulo: Paralela, 2015.

ALCANTARA, Priscilla. **O livro de tudo:** um papo descontraído com Priscilla Alcantara. São Paulo: Ágape, 2016.

ALCOLEA, Taciele. **Olá meninos e meninas!.** São Paulo: Outro Planeta, 2016. ALMEIDA, Victor. **Antes do agora.** São Paulo: Independente, 2016.

ÁVILA, João Guilherme. **João sendo João:** meu mundo. São Paulo: Outro Planeta, 2016.

BACCI, Leonardo. **Bom dia Léo:** o livro. São Paulo: Bamboo Editorial, 2016.

BACHINI, Karin. **O livro secreto dos melhores.** São Paulo: Panda Books, 2015.

BASFORD, Johanna. **Jardim secreto:** livro de colorir e caça ao tesouro antiestresse. Rio de Janeiro: Sextante, 2014.

BLOCK, Bruno; MARCHESE, Bruno. Pipocando: **Os bastidores do maior canal de cinema da América Latina.** Ribeirão Preto- São Paulo: Novo Conceito, 2016.

BRANDÃO, Lucas. **É cada coisa que escrevo para dizer que te amo.** São Paulo: Benvirá, 2016.

BRIONNES, Bianca. **Batidas perfeitas.** Rio de Janeiro: Verus, 2014.

BUCHMANN, Kéfera. **Muito mais que cinco minutos.** São Paulo: Paralela, 2015.

BUCHMANN, Kéfera. **Tá gravando. E agora?.** São Paulo: Paralela, 2015.

BUCHMANN, Kéfera. **Querido dane-se.** São Paulo: Paralela, 2017.

- CALVINO, Italo. **As cidades invisíveis**. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.
- CAFAGGI, Luciana; CAFFAGI, Vitor. **Laços**. São Paulo: Panini Comics, 2013.
- CAFAGGI, Luciana; CAFFAGI, Vitor. **Lições**. São Paulo: Panini Comics, 2015.
- CAMARGO, Eduardo; OLIVEIRA, Felipe. **Amiga, deixa de ser trouxa: o manual de relacionamento da diva depressão**. São Paulo: Matrix, 2016.
- CAMARGO, Eduardo; OLIVEIRA, Felipe. **Diva Depressão a senhora dos anéis**. São Paulo: Matrix, 2013.
- CAMARGO, Eduardo; OLIVEIRA, Felipe. **Diva Depressão: a Página Mais Divertida do Facebook**. São Paulo: Matrix, 2013.
- CAMARGO, Eduardo; OLIVEIRA, Felipe. **Desperte a diva que existe em você**: assuma sua personalidade diva e dê adeus à cazonice para sempre. Rio de Janeiro: Fábrica 231, 2016.
- CAMARGO, Lia; SOUZA, Melina. **O guia para ser você mesma**: estilo, inspirações e beleza. Rio de Janeiro: Galera, 2016.
- CAMPOS, Miguel. **O livro do feromonas**: 35 desafios fenonásticos para compartilhar nas redes sociais. Rio de Janeiro: Galera Júnior, 2015.
- CAPITOLINA (rg.). **Capitolina**: o poder é das garotas. São Paulo: Seguinte, 2015.
- CAPITOLINA (Org.). **Capitolina**: o mundo é das garotas. São Paulo: Seguinte, 2016.
- CARVALHO, Ana. **Diário da Aninha Carvalho**. São Paulo: Giostri, 2015.
- CARVALHO, Ique. **Faça amor, não faça jogo**. Belo Horizonte: Gutenberg, 2014.
- CARVALHO, Ique; AGUIAR, Arthur; ELBONE, Frederico; ROCHA, Matheus. **Muito amor por favor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.
- CARVALHO, Ique; AGUIAR, Arthur; ELBONE, Frederico; ROCHA, Matheus. **Traga seu amor de volta**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- CASTANHO, Klara; TRIGO, Luiza. **Meu jeito certo de fazer tudo errado**. São Paulo: Arqueiro, 2017.
- CEPEDA, Guilherme; AZEVEDO, Larissa. **Minha vida dava um livro**: o diário de quem é louco por livros!. São Paulo: Única, 2015.
- CEPEDA, Guilherme; AZEVEDO, Larissa. **Minha vida dava uma série**: o livro para guardar as melhores séries, momentos e personagens. São Paulo: Única, 2016.
- CERIDONO, Victória. **Dia de beauté**: um guia de maquiagem para a vida real. São Paulo: Paralela, 2015.
- CILTO, Eduardo. **Traços**. São Paulo: Outro Planeta, 2016.

COIMBRA, Enrique. **Sobre garotos que beijam garotos.** Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2015.

COIMBRA, Enriqu.e **Um Gay Suicida em Shangri-la.** Rio de Janeiro. Casa da Palavra, 2015.

COSTA, Raquel. **Fortaleza negra.** São Paulo: Jangada.2015.

COUTO, Gleice. **Pictamundi.** São Paulo: Independente, 2014.

COUTO, Gleice. **Para cada infinito.** São Paulo: Independente, 2016.

DANTAS, Deise. **Nada dramática.** Belo Horizonte: Gutenberg, 2013.

DEVITO, Federico; MENDONÇA, Gutti. **Mais uma chance:** o amor vai te buscar. São Paulo: Generale, 2013.

DEWET, Bárbara. **Sábado à noite.** São Paulo: Generale, 2014.

DEWET, Bárbara. **Allegro em Hip-Hop.** 1º Ed. Belo Horizonte. Gutenberg, 2018.

DEWET, Bárbara. **Sonata em punk rock.** Belo Horizonte: Gutenberg, 2016.

DEWET, Bárbara; SOUZA, Melina; CHRISTO, Carol; GONÇALVES, Pâmela. **Turma da Mônica jovem:** uma viagem inesperada. Belo Horizonte: Nemo, 2017.

DEWET, Bárbara. et al. K-Pop: manual de sobrevivência (tudo que você precisa saber sobre a cultura pop coreana. 1. ed. Belo Horizonte. Gutenberg, 2017.

ELBONI, Frederico. **Um sorriso ou dois:** para mulheres que querem mais. São Paulo: Benvirá, 2014.

ELBONI, Frederico. **Meu universo particular.** São Paulo: Benvirá, 2015.

ELBONI, Frederico. **Só agente sabe o que sente.** São Paulo: Benvirá, 2016.

FABER, Isadora. **O diário de classe:** a verdade. Belo Horizonte: Gutenberg, 2014.

FIGUEIREDO, Christian. **Eu fico loko:** as desventuras de um adolescente nada convencional. São Paulo: Novas Páginas, 2015a.

FIGUEIREDO, Christian. **Eu fico loko:** as histórias que tive medo de contar. São Paulo: Novas Páginas, 2015b.

FIGUEIREDO, Christian. **Eu fico loko:** o livro secreto dos bastidores. São Paulo: Novas Páginas, 2016.

FIGUEIREDO, Christian. **Confissões online**. São Paulo: Generale, 2015. FREIRE, Clarice. **Pô de lua**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

FREITAS, Ariane; GRECCO, Jéssica. **O livro do bem**: coisas para você fazer e deixar seu dia mais feliz. Belo Horizonte: Gutenberg, 2014.

FREITAS, Ariane; GRECCO, Jéssica. **O livro do sossego**: para colorir, relaxar, desestressar e deixar sua vida mais leve. Belo Horizonte: Gutenberg, 2015.

FREITAS, Isabela. **Não se apega, não**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

FREITAS, Isabela. **Não se iluda, não**. Rio de Janeiro, Intrínseca, 2015.

FREMDER, Camila. **Sophia Abrahão**: numa outra. São Paulo: Paralela, 2016.

FUOCO, Guilherme. **Papai jovem**: não suma, assuma!. São Paulo: Panda Books, 2016.

GABRIEL, Pedro Antônio. **Eu me chamo Antônio**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

GABRIEL, Pedro Antônio. **Ilustre poesia**: eu me chamo Antônio. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2016.

GOMES, Gabriel. **As merdas de um youtuber**. São Paulo: Hyria, 2016.

GONÇALVES, Pâmela et al. **O amor nos tempos de #likes**. Rio de Janeiro: Galera, 2016.

GONÇALVES, Pâmela. **Boa noite**. Rio de Janeiro: Galera, 2016.

GREEN, John. **A culpa é das estrelas**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2012.

GREEN, John. **Cidades de papel**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2012.

GREEN, John. **O teorema Katherine**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

GREEN, John. **Quem é você, Alasca?**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

GUARNIERI, Franciele. **Morando sozinha**: tudo o que você precisa saber para ter uma vida independente. Rio Grande do Sul: Belas Letras, 2015.

GUIMARÃES, Amanda. **Meu nome é Amanda**. Rio de Janeiro: Fábrica 231, 2016.

HENRIQUE, Pedro. **Um cartão**: sentimentos cotidianos. Rio de Janeiro: Rocco, 2015.

JOYCE, James. **Ulysses**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

KOVARIK, Luan. **Jon muito além dos vlogs**: confissões de um youtuber quase normal. São Paulo: Astral Cultural, 2018.

LEGENDS OF GAMING BRASIL (org.). **Legends of gaming Brasil: a lenda.** São Paulo: Astral Cultural, 2016.

LEONARDI, Danilo. **Por que indiana, João?**. São Paulo: Giz Editorial, 2014.

LOURES, Camila. **Manual de sobrevivência do adolescente:** os spoilers que ninguém te contou. São Paulo: Astral Cultural, 2016.

MAFRA, Erick. **O garoto do sonho.** São Paulo: Astral Cultural, 2017.

MAGALHÃES, Rafael. **Precisava escrever.** Rio de Janeiro: Vieira, 2015.

MAGIEZI, Zack. **Estranheirismo.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2016.

MAGIEZI, Zack. Notas sobre ela. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil, 2017.

MANO, Cristiane et al. Polêmicos, populares e influentes. **Revista Exame,** São Paulo, v. 54, n. 4, ed. 1132, p. 24 - 37, mar., 2017.

MANOELA, Larissa. **O diário de Larissa Manoela:** a vida, as histórias e os segredos da jovem estrela. São Paulo: HarperCollins Brasil, 2016.

MARCHESE, Bruno; BOCK, Bruno. **Pipocando:** os bastidores do maior canal de cinema da América Latina. São Paulo: Novas Páginas, 2016.

MARIZ, Luis. **Fala, galeraaa!.** São Paulo: Astral Cultural, 2015.

MARIZ, Luis. **Fala, galeraaa!. Um ano muito louco com Luis Mariz.** São Paulo: Astral Cultural, 2016.

MATHES, Ítalo; CARVALHO, Renan. **Heróis da internet:** a ameaça de patrono. São Paulo: Novas Páginas, 2016.

MENDONÇA, Gutti. A diferença que fiz. São Paulo :Generale, 2015.

MILANESI, Karina. **Dicas da Ka.** Rio Grande do Sul: Belas Letras, 2016.

MIRANDA, Bruno. **Azeitona.** São Paulo: Outro Planeta, 2016.

MORAIS, Bárbara. **Anômalos.** Belo Horizonte, Gutenberg, 2015.

MORAIS, Vitória. **Tudo tem uma primeira vez.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2016.

MOREIRA, Rafael. **Diário de um adolescente apaixonado.** São Paulo: Novas Páginas, 2015.

RABELO; Mirella; Wolf, Rômulo. **A Estrada dá Tudo que Você Precisa.** São Paulo. Editora Tas, 2018.

REGLY, Evelyn. **É do babado. 2016.** Baurú- São Paulo: Astral Cultural, 2016.

- REGLY, Evelyn. **Babados da minha vida.** Baurú- São Paulo: Astral Cultural, 2017.
- MORIZONO FILHO, Mauro. **O diário do japa.** São Paulo: HarperCollins Brasil, 2016.
- NETO, Felipe. **Não faz sentido:** por trás da câmera. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.
- NETO, Felipe. **Felipe Neto:** a trajetória de um dos maiores youtubers do Brasil. Rio de Janeiro: Coquetel, 2017.
- NETO, Felipe. **Felipe Neto:** a vida por trás das câmeras. Rio de Janeiro: Pixel, 2018.
- NETO, Lucas. **As aventuras na netoland com Luccas Neto.** Rio de Janeiro: Pixel, 2018.
- NEVES, Thásia. **Look.** Rio de Janeiro: Arte Ensaio, 2012.
- NOCE, Danielle. **Por uma vida mais doce.** São Paulo: Melhoramentos, 2014.
- NOCE, Danielle. **A receita da felicidade.** São Paulo: Melhoramentos, 2015.
- NOVAES, Caio. **As famosas receitas do Ana Maria brógui.** Rio de Janeiro: Sextante, 2014.
- NOVAES, Caio. **Faça você mesmo:** receitas famosas de restaurantes, bares e supermercados. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.
- OLÍ, Guilherme; LEITE, Pâmela. **Remoto e improvável.** São Paulo: PerSe, 2014.
- PEPPER, FML. **Não Pare!.** Rio de Janeiro: Valentina, 2015.
- PETRIN, Mariany; PETRIN, Nathaly. **Diário de beleza teen:** minha vida em um ano. São Paulo: Astral Cultural, 2016.
- PETRIN, Mariany; PETRIN, Nathaly. **Papo de menina.** São Paulo: Astral Cultural, 2016.
- PIMENTA, Paula et al. **Um ano inesquecível.** Belo Horizonte: Gutenberg, 2014.
- PINHEIRO, Karol. **As coisas mais legais do mundo.** Rio de Janeiro: Verus, 2016.
- PIROTA, Patrícia. **Seu moço.** Lisboa: Chiado Editora, 2015.
- PIROTA, Patrícia. **O diário de Débora II: feliz ano novo!.** São Paulo: Marco Zero, 2005.
- PUGLIESI, Gabriela. **Raio X.** Rio de Janeiro: Réptil, 2014.
- RANGEL, Lucas. **O sensacional livro anti-tédio do Lucas Rangel.** São Paulo: Paralela, 2016.
- RANGEL, Lucas. **Fala sério, mãe!.** Rio de Janeiro: Rocco, 2013.
- RANGEL, Lucas. **Fiquei com um famoso.** Rio de Janeiro: Rocco, 2014.

RANGEL, Lucas. **Bia não quer dormir.** Rio de Janeiro: Rocco, 2014.

RANGEL, Lucas. **360 dias de sucesso.** Rio de Janeiro: Rocco, 2014.

RANGEL, Lucas; SALOMÃO, Fabiana. **Porque só as princesas se dão bem?** Rio de Janeiro, 2013.

RANGEL, Lucas; SALOMÃO, Fabiana; SOUSA, Maurício. **Ela disse eu disse: o namoro.** Rio de Janeiro: Rocco, 2013.

RANGEL, Lucas; SALOMÃO, Fabiana; SOUSA, Maurício. **Fala sério irmão! Fala sério irmã!** Rio de Janeiro. Rocco, 2015.

RANGEL, Lucas; SALOMÃO, Fabiana; SOUSA, Maurício. **Confissões de uma garota excluída, mal-amada e (um pouco dramática).** São Paulo: Rebouças: Arqueiro, 2016.

RANGEL, Lucas; SALOMÃO, Fabiana; SOUSA, Maurício. **Confissões de um garoto tímido, nerd e (ligeiramente apaixonado).** Rio de Janeiro. Rocco, 2017.

REGLY, Evelyn. **É do babado!.** São Paulo: Astral Cultural, 2016.

REIS, Patrícia; PASSOS, Maria Carolina. **Blasfêmia.** Rio de Janeiro: Leya, 2015.

ROCHA, Matheus. **No meio do caminho tinha um amor.** Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

ROCHA, Michelle. **#Manual da fossa:** você leva um pé, a gente te dá mão. São Paulo: Benvirá, 2015.

RODRIGUES, Bel. **13 segundos.** Rio de Janeiro: Galera, 2018.

RODRIGUES, Bel. **Toques para mulheres: crônicas bem-humoradas sobre o universo feminino na visão de um homem.** São Paulo: Giz Editorial, 2012.

RUAS, Carlos. **Um sábado qualquer I:** Deus, por trás das câmeras. São Paulo: Nova Sampa, 2012.

RUAS, Carlos. **Almanaque dos deuses.** São Paulo: Nova Sampa, 2015.

RUAS, Carlos. **Um sábado qualquer II:** boteco dos deuses. São Paulo: Nova Sampa, 2016.

RUAS, Carlos. **Um sábado qualquer III:** fique com os deuses!. São Paulo: Nova Sampa, 2016.

SILVA, Maisa. **O diário de Maisa:** um ano inteiro comigo!. Belo Horizonte: Gutenberg, 2016.

SILVA, Maisa. **Sinceramente Maisa:** histórias de uma garota nada convencional. Belo Horizonte: Gutenberg, 2016.

- SMITH, Keri. **Destrua este diário.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.
- SMITH, Keri. **Termine este livro.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.
- SMITH, Keri. **O mundo imaginário de....** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.
- SOARES, Andrei. **A fúria dos mobs.** São Paulo: Novas Páginas, 2016.
- SOUZA, Bárbara. **Vamos juntas?: o guia da sororidade para todas.** Rio de Janeiro: Galera, 2016.
- SOUZA, Deise. **Missão farkile:** achei meu chamado, bora lá achar o seu?. São Paulo: Thomas Nelson Brasil, 2016.
- STOCKLER, Gustavo. **O diário secreto:** não abra!. Rio de Janeiro: Verus, 2016.
- TATTO, Bárbara. **Um novo mundo: gagui joined the game.** São Paulo: Novas Páginas, 2016.
- TOLEZANO, Júlia. **Tá todo mundo mal: o livro das crises.** São Paulo: Companhia das Letras, 2016.
- TOY, Tiago. **Terra morta.** São Paulo: Draco, 2014. TRIGO, Luiza. **Carnaval.** Rio de Janeiro: Rocco, 2012.
- TOY, Tiago. **Meus quinze anos.** Rio de Janeiro: Rocco, 2014.
- TOY, Tiago. **Na porta ao lado.** Rio de Janeiro: Rocco, 2015.
- TOY, Tiago. **Uma canção para você.** Rio de Janeiro: Rocco, 2016.
- TRINDADE, Maria Júlia. **Maju.** São Paulo: Paralela, 2016.
- VIEIRA, Bruna. **Depois dos quinze: quando tudo começou a mudar.** Belo Horizonte: Gutenberg, 2012.
- VIEIRA, Bruna. **Meu primeiro blog.** Belo Horizonte: Gutenberg, 2013.
- VIEIRA, Bruna; CAFAGGI, Luciana. **Bruna Vieira em quadrinhos:** quando tudo começou. Belo Horizonte: Nemo, 2015.
- VIEIRA, Bruna; CAFAGGI, Luciana. **Bruna Vieira em quadrinhos:** o mundo de dentro. Belo Horizonte: Nemo, 2016.
- VIEIRA, Bruna; CAFAGGI, Luciana. **Les secrets de Brune:** l'amie parfaite. Paris: Sarbacane, 2017.
- WILLIAMS, John. **Stoner.** Rio de Janeiro: Rádio Londres, 2015.