

PARA DESBRAVAR A LITERATURA JUVENIL BRASILEIRA: UM MAPEAMENTO, VÁRIAS ROTAS, ALGUNS REGISTROS

To discover the Brazilian youth literature:
a mapping, multiple routes, some records

Jennifer da Silva Gramiani Celeste
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
djceleste@gmail.com

RESUMO

Este artigo sugere revisitar a temática abordada em uma dissertação de Mestrado em Letras, defendida no ano de 2018, sobre as dinâmicas de produção e publicação das obras literárias impressas assinadas por influenciadores digitais adolescentes, entre administradores de *blogs* e canais do YouTube – os *blogueiros* e *youtubers*. Para tanto, embasamo-nos no mapeamento de livros de papel da autoria dos referidos sujeitos, tendo sido lançados entre janeiro de 2008 e dezembro de 2016. A atmosfera de manufatura e recepção dos títulos nos possibilita propor reflexões acerca do impacto da cultura digital à produção de literatura, engajando escritores, leitores e mercado editorial em prol do alcance de perspectivas outras e diversas ao fazer literário impresso na era digital.

PALAVRAS-CHAVE: literatura juvenil; mercado editorial; livro impresso; Internet; influenciadores digitais.

ABSTRACT

This article suggests revisiting the theme addressed in a Master's thesis in Letters, defended in 2018, on the dynamics of production and publication of printed literary works signed by adolescent digital influencers, among blog administrators and YouTube channels – the bloggers and youtubers. To this end, we rely on the mapping of paper books, authored by these subjects, having been launched between January 2008 and December 2016. The atmosphere of manufacture and reception of titles allows us to propose reflections on the impact of digital culture on production literature, engaging writers, readers and the editorial market in order to reach perspectives other and diverse on literary craft in digital era.

KEYWORDS: youth literature; editorial market; printed book; Internet; digital influencers.

O início de uma viagem sem direito a retorno

Um universo de janelas sujeitas ao desbravamento: é assim que sempre me aparentou ser a Internet. Nascida nos anos de 1990, um computador conectado à rede pudera se hospedar em casa somente em meados dos anos 2000, quando tal privilégio se tornou, paulatinamente, algo menos inalcançável às famílias brasileiras. Após alguns anos, das máquinas de mesa aos dispositivos de natureza móvel, a *World Wide Web* viria a me encantar de modo inusitado, tornando-se o objeto que até os dias correntes, já no Doutorado, toma as minhas pesquisas.

Unindo-se o necessário ao deleite, a dissertação de Mestrado cujo título é *O livro nos tempos de #likes: transfigurações na literatura brasileira contemporânea* (2018), foi defendida no Programa de Mestrado em Letras, área de concentração Literatura Brasileira, pertencente a uma instituição de Ensino Superior. Destarte, transgressor dos limites outrora impostos pelos meandros acadêmicos, esse estudo exploratório propôs uma minuciosa trilha sobre um plano parcialmente desconhecido que é a nossa cultura digital. Tateando o efêmero estado de ser inerente a esta temporalidade, sugerimos a imersão nas interfaces dialógicas entre literatura e Internet ao conduzir o vislumbre quanto à dinâmica

de produção literária impressa de jovens influenciadores digitais, os blogueiros e *youtubers*. Para tal feito, fundamentamos nosso objetivo – refletir acerca das transfigurações experienciadas pela literatura juvenil brasileira no contexto cibercultural – a partir da realização de mapeamento das obras de papel assinadas por produtores de conteúdo digital, lançadas entre janeiro de 2008 e dezembro de 2016, perpassando por oito anos de manufatura, considerando, ainda, seu impacto mercadológico.

O recorte trazido à luz no presente artigo contempla não somente uma apresentação do referido levantamento de dados, mas, sobretudo, debates pertinentes ao impacto do conjunto de produções em destaque aos rumos da manifestação literária em solo nacional, cogitando o apocalíptico presságio de que a gênese das novas tecnologias eletrônicas poderia decretar o fencimento do livro impresso e, por conseguinte, também da literatura. Pertinente ao mote, apresentamos interessantes perspectivas à produção literária dedicada ao público juvenil, haja visto o empenho do mercado editorial em prol dos nichos voltados aos adolescentes leitores.

Em termos metodológicos, recorreremos aos contributos teóricos propostos por autores diversos, como é o caso de Compagnon, Bauman, Llosa, Perrone-Moysés, dentre outros aptos a corroborar com alguns dos devaneios que surgiram a partir de nosso caminhar acadêmico. Indo além deste texto introdutório, existe uma seção na qual a supracitada amostragem é então apresentada. Posteriormente, é chegado o momento de debatê-la e, por ora, a encerrarmos.

Devidamente circunstanciados a respeito do que nos espera no presente artigo, é assim que iniciamos nossa trilha pelos cibercaminhos literários cujas transfigurações nos inspiram a desbravá-los com um mapeamento, várias rotas e alguns registros. Vamos em frente!

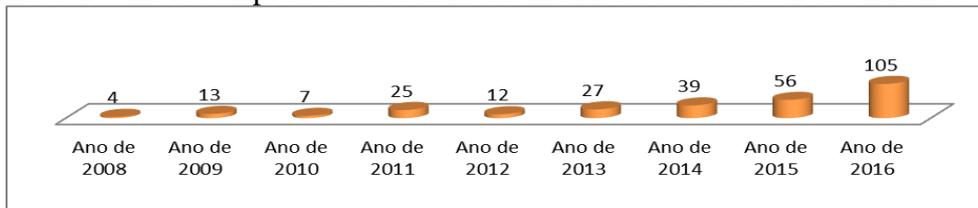
Mapeando lugares literários (ainda) desconhecidos

Como a produção literária da autoria de jovens internautas, os blogueiros e *youtubers*, pôde ser capaz de transfigurar a dinâmica em meio a qual se encontra disposta a literatura? Esta foi a indagação responsável por conceder embasamento às nossas perscrutações teóricas, com vislumbres do panorama da realidade vigente. Fora necessário, a princípio, traçar rotas as quais pudessem nortear a viagem pretendida. Para tanto, criar estratégias à imersão no cenário preconizado foi a solução elegida, o que ocorreu por intermédio da confecção de um mapa – ou melhor, um mapeamento. O levantamento de dados realizado para a dissertação considerou a manufatura de livros impressos assinados por produtores de conteúdo para as plataformas de *blogging* – os *blogs* – e o YouTube; jovens sujeitos entre quinze e vinte e cinco anos de idade. Estabelecemos o recorte temporal entre janeiro de 2008 e dezembro de 2016, por se tratar, o marco inicial, a época na qual observamos uma maior prevalência no que tange ao lançamento de obras, tais como aquelas almejadas para a amostragem, e o último marco, o período final para a entrega do projeto. Os dados levantados foram recolhidos por meio de livrarias físicas e *on-line*, assim como nas redes sociais administradas pelos próprios influenciadores.

Diversas foram as categorias de análise consideradas, tais como título da obra, editora, ano de publicação, autor e mídias sociais, entre *blogs* e canais do YouTube. Ao todo, duzentos e vinte escritores, entre crianças, adolescentes e adultos, foram contemplados pela pesquisa, mas apenas cento e vinte autores foram classificados na faixa etária preconizada pelo estudo e, portanto, abarcados pela investigação pretendida. Utilizando-se de algumas ferramentas, tais como o *software* Excel, construímos representações gráficas atinentes aos achados.

Especificamente entre os anos de 2013 e 2016, notamos o gradual aumento quanto ao número de livros impressos publicados por jovens produtores de conteúdo digital, culminando no alcance da marca de cento e cinco obras literárias, em conformidade ao gráfico 1:

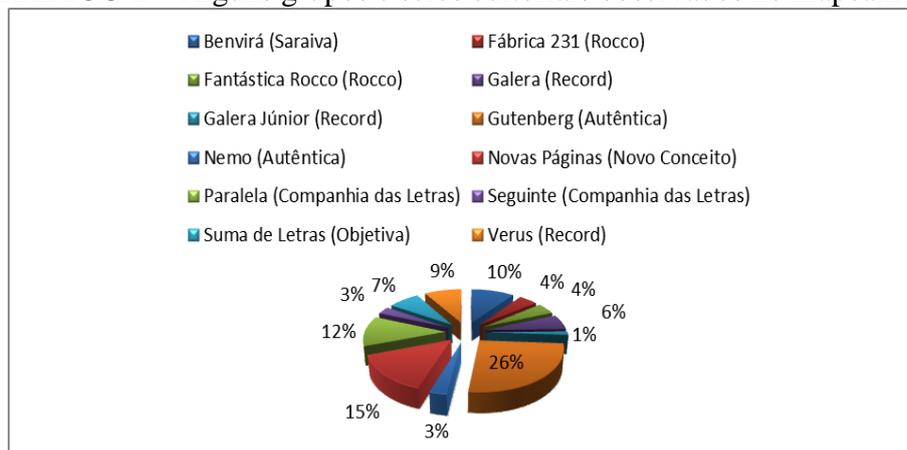
GRÁFICO 1 – Livros impressos da autoria de internautas adolescentes entre 2008 e 2016



Fonte: autoria própria.

Também percebemos a incidência de alguns grupos editoriais e seus respectivos selos literários no que concerne à dinâmica de publicação dos livros em destaque. Grandes editoras puderam diversificar os catálogos, enquanto aquelas de pequeno porte ampliaram as viabilidades mercadológicas. Os títulos literários vinculados aos blogueiros e *youtubers* assinalam, ainda, a criação dos selos editoriais – ramificações que irão se dedicar ao acolhimento de determinadas obras, a julgar as temáticas ou o público-alvo de leitores que abarca. Vale ressaltarmos que os livros assinados pelos autores em voga, quando publicados por intermédio de selos editoriais, foram atrelados àqueles comumente atribuídos a produtos juvenis. A seguir, o gráfico 2:

GRÁFICO 2 – Alguns grupos e selos editoriais observados no mapeamento



Fonte: autoria própria.

O tópico referente ao meio editorial é algo que muito nos foi caro à época da pesquisa. Afinal, sem o interesse advindo das editoras, as publicações literárias em discussão, decerto, dificilmente teriam acontecido. O entusiasmo dos jovens internautas – também autores – é o que movimenta o intrincado sistema de engrenagens que dinamiza a literatura. Não devemos nos olvidar de que é o conteúdo idealizado *para* e postado *nas* redes sociais o fundamento dos textos publicados nas páginas dos materiais impressos. Logo, escolhemos nomear essa tal dinâmica como *investimento literário na materialidade do conteúdo digital*, em consonância àquilo que tem se tornado cada vez mais comum para o mercado editorial. Em tempos digitais do impresso, o texto publicado sob os moldes literários ganha espaço e aparenta desmistificar a parca noção, há muito difundida, a respeito do desaparecimento da literatura em papel.

Os títulos abrangem gêneros literários dos mais diversos, sendo o mais comum, dentre eles, a vertente da autobiografia, encabeçada por nomes tais como Christian Figueiredo, autor da trilogia *Eu fico loko* (Novas Páginas, 2015), e Taciele Alcolea, que assinara *Olá meninas e meninos!* (Outro Planeta, 2016). Compilações de memórias, esses livros remontam aos diários pessoais constituídos por textos breves, escritos com fontes de todos os tamanhos e todas as cores, adornados por ícones e fotografias da infância e adolescência. Abaixo, a figura 1:

FIGURA 1 – Páginas do livro da *youtuber* Taciele Alcolea



Fonte: ALCOLEA, Taciele. *Olá meninas e meninos!* São Paulo: Outro Planeta, 2016. p. 18-21.

Certamente, a fim de classificar os referidos títulos, o mercado editorial de livros não enfrentara grandes empecilhos. Afinal, o gênero é popular e há tempos conhecido dos leitores. As obras dedicadas à disseminação de poemas e histórias em quadrinhos, em razão da clareza no que tange à mensagem ou aos objetivos pretendidos, também não colecionaram equívocos. Entretanto, a problemática emergira a partir dos livros que apresentavam gêneros híbridos; títulos nos quais era possível encontrarmos desde relatos de experiências vitais até instruções em relação à feitura de objetos pessoais, alcançando, a tempo, a oferta de espaço para escrita, desenho e outras formas de interação por parte do leitor. Nesse ínterim, em nossa dissertação, fundamentamo-nos em gêneros identificados com base na análise geral do conteúdo da obra, comparando os achados às indicações presentes em suas respectivas fichas de catalogação. Em *As coisas mais legais do mundo* (Verus, 2016), de Karol Pinheiro, notamos a classificação de sua obra como Crônica Brasileira, enquanto, na realidade, seu livro nos traz um conjunto de atividades reflexivas alternadas a textos motivacionais sobre uma dada temática. O título assinado por Lucas Rangel, *O sensacional livro antitédio do Lucas Rangel* (Paralela, 2016), também nos defronta às referidas inconsistências ao se constituir, tecnicamente, como livro de caráter interativo, listando, porém, em sua ficha, termos alusivos ao universo das telas, dentre eles, 1. Blogs, 2. Comunicação Digital, 3. Internet, 4. Redes Sociais e 5. YouTube.

Outras interessantes constatações puderam ser efetivadas ao nos alicerçarmos no contingente de livros impressos abarcados pelo levantamento confeccionado. Notabilizamos a realização de parcerias não somente entre blogueiros e *youtubers* – *Muito amor por favor: um sentimento em quatro elementos* (Sextante, 2016), de Arthur Aguiar e demais internautas; uma tentativa de unir esforços e públicos em prol do alcance e da vendagem desse título – ou entre produtores de conteúdo digital e

autores consagrados no cenário da literatura juvenil – *Um ano inesquecível* (Gutenberg, 2015), encabeçado por Paula Pimenta e Thalita Rebouças, contando com a presença das blogueiras Babi Dewet e Bruna Vieira; uma esclarecedora busca por legitimação no âmbito literário. Semelhantemente, verificamos as celebridades televisivas e musicais, também influenciadoras, embarcaram nessa tendência editorial de lançamento de livros da autoria de navegantes, baseados nos materiais outrora postados em suas redes sociais – *O livro de tudo: um papo descontraído* com Priscilla Alcantara (Ágape, 2016), assinado pela cantora, é um bom exemplo. Destacamos, a tempo, a existência de livros cujas temáticas se alinhavam, para além daqueles mencionamos, aos gêneros relativos às crônicas, às *graphics novels*, às narrativas ficcionais e aos manuais e tutoriais – e mesmo aos livros de colorir.

Diante do cenário descrito, a literatura brasileira contemporânea voltada ao público adolescente é produzida e, concomitante a esse movimento, propõe mutações à concepção e recepção da manufatura que acontece em meio aos *likes* e *shares*, mas também às páginas de papel dos livros tradicionais. Na seguinte seção, discutiremos acerca dos impactos da vertente literária em destaque no desenvolvimento das práticas literárias abarcadas pela cultura digital.

Um mapa, várias rotas: entre paradas e registros

O tal mapeamento anteriormente elucidado nos concedera a oportunidade de conhecer melhor o terreno cuja exploração foi almejada. Com base nesse levantamento, obtivemos saberes imprescindíveis ao entendimento acerca da atual configuração por meio da qual se faz resiliente a literatura juvenil brasileira. Anterior a qualquer apontamento, é preciso, porém, esclarecermos algo do qual detemos certeza: os olhares depositados sobre os títulos coletados demonstraram o gradual nascer e fortalecimento da atmosfera que abarca essa produção, influenciada pela geração de conteúdos para o meio eletrônico, impulsionada por internautas e editoras, e consumida por leitores, outrora apenas seguidores e navegantes do ciberespaço.

Os blogueiros e *youtubers*, antes apenas utentes das facetas de entretenimento da *Web*, vislumbraram na Internet, por intermédio das plataformas utilizadas para comunicação social, uma forma demasiada especial de renda. Primeiramente, pois através da elaboração de tópicos sobre assuntos de interesse, os quais lhes proporcionam prazer, seus *posts* via textos e vídeos são monetizados e, às vezes, com muita sorte, patrocinados por empresas ou marcas diversas. Secundariamente, porque ao colecionar um número cada vez mais expressivo de inscritos em seus canais virtuais, no domínio da literatura, alertam a atenção das editoras interessadas no investimento na imagem dos jovens, culminando na reunião de materiais a serem adaptados e transformados em livros de papel. E é neste ponto que reside a motivação dos nossos estudos: livros impressos da autoria de adolescentes oriundos da Internet; aquela que há alguns anos, segundo os acadêmicos e críticos mais céticos e proféticos, contribuiria com o findar da literatura publicada sob os moldes tradicionais, já que se acreditava na substituição total pelo digital.

O exponencial crescimento do mercado livreiro, apesar de contradizer as apocalípticas afirmações quanto ao desaparecimento da prática de viés literário, guardara-nos uma notável preocupação tangente à qualidade dos livros lançados. De maneira geral, os títulos da autoria de jovens produtores de conteúdo digital, ainda que intrínsecos a diferentes gêneros da escrita, encontram-se todos circunscritos no grupo da literatura de entretenimento – aquele produto ao qual Llosa atribuíra as denominações “*light*, leve, ligeira, fácil” (VARGAS LLOSA, 2013, p. 31, grifo do autor), intentando se referir ao caráter desprezioso que detêm suas propostas de deleite. Enveredando-se por esteira similar, Perrone-Moisés também externa alarde em relação a essa nova e já ordinária face atualmente assumida pela manufatura literária, dizendo sobre a sua espetacularização: “a literatura passou a ser objeto de grandes eventos” (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 64). Por conseguinte, aqueles que a assinam, os internautas, são concebidos enquanto celebridades que advêm do meio virtual; transgressores das barreiras digitais e conquistadores de território

intocável por parte daqueles que não se prepararam formalmente ou profissionalmente para tal atribuição. A verdade é que os blogueiros e *youtubers* de nosso mapeamento – e tantos outros que porventura não foram selecionados à época – ocuparam seus espaços sob os holofotes da fama, não somente alusiva às relações *on-line*, mas também, especialmente, ao nicho juvenil, há tempos carente de renovação, fadado à insistente mesmice das fórmulas de composição dos enredos e personagens, conforme ditado por reminiscências de Celeste e Ferreira acerca das singularidades da literatura juvenil até então confeccionada em solo nacional:

Protegida sob a redoma de entusiasmadas garotas, afoitas por conhecer um ídolo, ou de púberes meninos, cansados dos embates junto aos valentões da escola, uma geração de jovens brasileiros cresceu consumindo livros que mais se assemelhavam a agendas ou a diários, típicas formas de manuscrito dessa fase vital, mas cuja autoria era assinada por aqueles que muito bem poderiam lhes assumir a responsabilidade como pais, haja vista sua condição cronológica (CELESTE; FERREIRA, 2020, p. 26).

Logo, produtores de sua própria literatura, os adolescentes desta atualidade favorecem a dinamização das relações mercadológicas no contexto editorial, fomentando o aquecimento da ramificação dedicada à sua faixa etária, às tendências da moda e às inclinações de gosto. Na sociedade do consumo preteritamente descrita por Bauman, os idealizadores – nossos navegantes –, “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). Também responsáveis por vender os frutos de sua criatividade, os jovens conectados estão dispostos no meio de uma torrente paradoxal: filhos da nova era ou nativos digitais – apropriando-nos da terminologia sugerida por Prensky (2001) no início deste milênio – com seu alto potencial de argumentação, disseminação e popularização quanto às temáticas ou pautas de discussão diversas, salvaram, quantitativamente, o fenecimento que deveras estaria prestes a ocorrer, pelo menos no que se refere à confecção de livros impressos. Os resultados da mais recente pesquisa *Produção e vendas do setor editorial brasileiro*, realizada pela FIPE até janeiro do ano de 2020, tendo sido comandada pela Nielsen a partir dessa data, apontam os satisfatórios resultados alcançados nesse ramo comercial. Desenvolvido no ano de 2019, o levantamento indicou sutil mas promissor aumento no que diz respeito à contribuição da produção juvenil à literatura brasileira, ainda que tenha permanecido atrás dos materiais didáticos e religiosos.

É interessante notar como os livros da autoria de blogueiros e *youtubers* versam sobre motes de importância não apenas a eles, mas, acima tudo, aos seguidores das redes sociais as quais administram na Internet. Pensamos que se os fãs-internautas adquirem e leem os títulos assinados por seus ídolos virtuais, tal fato acontece em virtude não somente da admiração por suas figuras e seus feitos, mas também devido à necessidade de possuírem, em suas próprias mãos, um objeto representante do afeto por este ou aquele influenciador. É aqui que o livro, enfim, passa a ser glorificado como objeto de consumo no que diz respeito à leitura, ademais, concernente à sua afoita exibição por meio de fotografias compartilhadas em *blogs* ou vídeos postados em canais do YouTube. Publicar materiais impressos transformou-se em uma moda sem precedentes, e detê-los para imersão talvez não se constitua como primordial fator ao seu culto. Por isso, quando dizemos acerca das *estantes líquidas*, referimo-nos à superficialidade que o cenário de *unboxings* e *reviews*, muito comum no ambiente eletrônico, denota ocorrer. São prateleiras repletas de edições de luxo, com capas duras, laterais coloridas, marca-páginas de fitas de cetim, diagramações inusitadas, prefácios e comentários por celebridades queridas. As editoras aproveitaram-se dessa tendência que percebemos estar acontecendo desde meados do ano de 2016, quando houvera o *boom* de publicações vinculadas a nomes do ciberespaço, e lançam, até os dias de hoje, novos títulos, não necessariamente assinados por navegantes, mas livros clássicos ou famosos entre os leitores, todos envoltos por uma atmosfera tentadora que os conduzem à compra – novas ilustrações, capítulos extras, marcadores de páginas, pôsteres, cartões postais e outros. As recentes edições de *Coraline* (Intrínseca, 2020), de Neil Gaiman, e *O grande Gatsby* (Antofágica, 2020), de F. Scott Fitzgerald, são exemplos atuais e em certa medida

canônicos capazes de traduzir, em termos materiais, nossa constatação.

Em temporalidades pretéritas, Walter Benjamin (2013) prenunciara sobre a reprodutibilidade das obras de arte no contexto industrial, expondo uma preocupação demasiada pertinente à nossa contemporaneidade. Primordialmente vinculada à alta necessidade de disseminação dos materiais de diversas naturezas, a capacidade de reprodução em larga escala, anos mais tarde, tornara-se uma opção rentável ao empresariado, o qual, amparado pela eloquência do sistema capitalista, pôde angariar público consumidor, vendas e lucros cada vez mais exorbitantes. Uma obra de arte – leiamos, na seara vislumbrada pelo presente artigo, um *produto literário* – transforma-se, no domínio descrito por Benjamin, em simples reprodução de obra idealizada com a única e exclusiva finalidade de ser reproduzida. É este o horizonte que percebemos ter se delineado no que se refere à confecção literária impressa de jovens influenciadores digitais. Seus títulos são lançados ao mercado a partir de expressivas tiragens, sendo imediatamente espalhados por livrarias físicas localizadas por todo o território, não nos olvidando das lojas *on-line*. Contudo, transcorrido algum tempo desde os seus anúncios, os preços atribuídos aos títulos sujeitam-se à desvalorização típica do atual cenário. Os valores monetários vinculados aos supramencionados livros nos instigam a refletir acerca do valor artístico e cultural que as próprias editoras, aquelas que se dispuseram a organizar os trâmites de publicação, designam aos conteúdos ciberespaciais agora eternizados nas páginas de papel e na literatura brasileira. Afinal, de acordo com Perrone-Moisés, o julgamento dos livros, ainda que não deva estar circundado exclusivamente por questões relativas às preferências ou mensurações de consumo é, em tempos contemporâneos e digitais, averiguado com base em seu número de apreciadores e nas críticas não especializadas compartilhadas via meio virtual¹. Coaduna com as nossas perscrutações ao afirmar que “o valor das coisas é identificado ao seu preço no comércio” (PERRONE-MOISÉS, 2016, p. 37), e seu apontamento reforça-nos o olhar estigmatizado que é depositado na literatura de entretenimento atualmente manufaturada.

Isso, pois, não nos causa espanto. Dissertando a respeito da reprodutibilidade técnica, Benjamin apresentara-nos à viabilidade de se cogitar acerca das maneiras por meio das quais o maquinário industrial e as relações de mercado a ele iminentes constituem-se capazes de propor alterações aos vínculos instituídos entre arte e massa. Quando os livros originários da manifestação criativa de blogueiros e *youtubers* são lançados, materializa-se a virtualidade outrora possível apenas no mundo das telas; mas, em contrapartida, padronizam-se tais títulos, abarcando-os em uma produção seriada, o que sacrifica aquilo que Adorno e Horkheimer apontaram como “o que fazia diferença entre a lógica da obra e a do sistema social” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, s. p.). Não podemos negar que o lançamento dos títulos literários em destaque instaurou à literatura de procedência nacional, sobretudo ao nicho juvenil, distintos augúrios, tendo em conta o que o seu pretérito panorama nos encenou (CELESTE; FERREIRA, 2020). As obras assinadas por navegantes da *World Wide Web*, vistas sobre a ótica mercadológica, correspondem a simplórios objetos de consumo, assim como tantos outros, advindos de tantas outras searas. Em meio ao consumo e à exposição, “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, em concordância às teorizações de Compagnon, ao desprover-se de transcendência perante a inusitada dinâmica da sociedade capitalista, é reduzida, então, à mera especulação.

Indo de encontro a essas perspectivas, o culto ao livro impresso possui suas vantagens. Acima dos debates referentes ao valor literário ou qualitativo pertencente aos títulos em voga, a materialização em papel dos conteúdos *a priori* acolhidos pelas telas evidencia trilhas outras para refletirmos sobre manifestações negativas proferidas por entidades acadêmicas e críticas, em uma época na qual ainda pouco conhecíamos das tecnicidades ou poderíamos ansiar algo em relação aos

¹ Lembremo-nos da existência dos *bookbloggers* e *booktubers*, administradores de *blogs* e canais de vídeos no YouTube os quais se dedicam a produzir conteúdos exclusivamente voltados às questões de cunho literário, compartilhando resenhas e pareceres críticos sobre os títulos adquiridos ou recebidos das parcerias com editoras. Atualmente, temos também os *bookinstagrammers*, variação que se refere àqueles que se origem do Instagram.

benefícios. Decerto, a indústria do livro, hoje, publica tanto quanto há alguns anos se esperou realizar, principalmente em virtude dos prenúncios a respeito da supremacia dos *e-books*, os livros de caráter eletrônico, cuja leitura é efetuada com base no manuseio dos *e-readers*, também conhecidos como leitores digitais². No transcorrer do tempo, tais materiais representaram o que havia de mais moderno e visionário no que concerne à faceta perempta atribuída ao livro publicado sob os moldes de Gutenberg. Entretanto, conforme percebemos, o livro de natureza impressa é atualmente considerado um objeto de desejo que disputa o seu próprio território com outros produtos também almejados pelos consumidores adolescentes.

Representantes de uma nova geração relativa à manufatura literária, tais produtores de conteúdo digital, por meio do lançamento de suas obras, podem motivar o exercício da leitura e do consequente desbravamento das possibilidades da literatura. Enveredando-se por outros caminhos, os livros assinados por blogueiros e *youtubers* viabilizam o deslumbre com outras palavras, outros sentimentos e outras perspectivas, contribuindo à constituição de seus perfis enquanto leitores, além de seus caracteres e subjetividades, dinâmica que acreditamos estar em clara oposição ao medo expresso por Todorov no que se refere à atual situação da arte literária, “o de não ter poder algum, o de não mais participar da formação cultural do indivíduo, do cidadão” (TODOROV, 2010, p. 8). Por entre fronteiras flexíveis e indeterminadas que nascem nesta atualidade do consumo, espetáculo e entretenimento, também os escritores oriundos da *Web* tateiam, sob as incertezas inerentes à civilização, um espaço no qual poderão se manifestar e tornar ainda mais universal, para além das telas nas quais se acostumaram a tão bem atuarem, os sentimentos que compartilham com indivíduos de faixas etárias congêneres às suas. Isso, pois compreendemos o movimento de publicação dos objetos de análise trazidos pelo artigo de modo metaforizado, ora como *molas propulsoras* aptas a impulsionar seus exploradores a diferentes títulos, autores e gêneros; ora como *pontes* que conectam distintas extremidades, da literatura de entretenimento à literatura canônica – porém, jamais da alta à baixa literatura. Ainda nos cabe mais uma analogia, dessa vez, tangente ao contexto de produção deste estudo: livros *pontos de paradas* que constituem o grande mapa acerca dos caminhos da literatura, sendo eles múltiplos e também controversos, mas promissores em meio à conjuntura digital.

Este não é o fim da viagem

No título da presente e última seção deste artigo, ao afirmamos que suas considerações finais não demarcam o término da viagem realizada, dizemos respeito a dois fatos: primeiro, devido a real proposição de que a abordagem de um tema jamais é esgotada, pressupondo que expectativas outras poderão ser lançadas a fim de que novas perspectivas sejam alcançadas. Segundo, porém, não por isso menos relevante, referimo-nos ao inegável legado deixado por essa nova geração de internautas, que se mostrou irreverente – e ainda o faz – por apropriar-se de papéis até então desempenhados somente por quem estivesse adequadamente preparado para colocá-los em prática, de acordo com os preceitos difundidos por academia e crítica.

Hoje, escritores e produtores de suas próprias narrativas, os influenciadores digitais dividem-se entre a administração de redes sociais e a aparição em eventos de cunho literário³, lotados de fiéis seguidores, os quais, em filas, anseiam para obter autógrafos em seus livros; os objetos que representam a admiração que alimentam pelos pares que outrora os assinaram. Assim sendo, os fãs virtuais também se veem impelidos a assumirem os postos como leitores, em consonância às

² As livrarias comercializam os seus próprios *e-readers*, como é o caso da Amazon – *Kindle*, da Livraria Cultura – *Kobo* – e da Saraiva – *Lev*. Cada qual possui suas próprias especificidades, o que torna grande a concorrência.

³ Entre os anos de 2015 e 2017, evidenciamos o sucesso angariado por celebridades digitais, entre blogueiros e *youtubers*, acerca dos lançamentos e das vendas de seus produtos literários. No ano de 2015, a influenciadora Kéfera Buchmann, autora de *Muito mais que cinco minutos* (Paralela, 2015), levou uma legião de seguidores à tarde de autógrafos dedicada à sua estreia como escritora durante a Bienal do Livro, ocasionando comoção.

teorizações de Canclini (2008, p. 54) sobre os impactos de nossos tempos contemporâneos, digitais e espetaculosos acerca das funcionalidades daquele que se propõe internauta, mas, nesse ínterim, é também apresentado a diversas possibilidades de ser e estar.

O teor qualitativo vinculado às obras selecionadas durante a feitura do mapeamento é outro ponto que nos sugere importante discussão, ainda que não o tenhamos contemplado na dissertação. Nesse sentido, inclinamo-nos à vertente de estudos que irá se colocar à disposição para devanear a respeito da literatura contemporânea em diálogo com as digitalidades, enquanto objeto de análise – e consumo capital – capaz de movimentar uma grande indústria a qual se designara fracasso total à época do surgimento das primeiras máquinas e da Internet. Afinal, se “o escritor do novo milênio se faz menos pelo que escreve e mais pelo que diz nos *media*, porque a arte está obrigada a aparecer” (SÁ, 2010, p. 20, grifo do autor), a ideia de Compagnon (1996, p. 97) referente ao renome de uma assinatura, adquirida a partir da produção publicitária e do *marketing* do artista, ainda se faz conveniente à atualidade.

Em vias contrárias, os olhares depositados sobre esse tema estiveram circunstanciados por aura demasiada *integrada* – em clara alusão àquilo que nos teorizou Eco (2015) –, apesar de termos tomado as devidas precauções para não nos deslumbrarmos com as ofertas que são atinentes a esse campo. Realmente, acreditamos na literatura assinada por jovens blogueiros e *youtubers* como prenúncio ao contato a ser intentado por seus leitores no que tange a outras manifestações de natureza literária – publicadas sobre as páginas de papel ou sobre os *layouts* das plataformas virtuais de autopublicação, entre canônicas e marginais. Em suma, a atividade de leitura acontecerá, não *ainda que*, mas, *sobretudo*, na atmosfera de viabilidades oferecida por esta atualidade, deveras, nem sempre condizente às normatizações das entidades críticas. A expressiva produção de títulos impressos, é claro, traz um frescor aos debates sugeridos que há muito a academia não tivera a oportunidade de experimentar, tendo em vista que somente há alguns anos é que as facetas dialógicas entre arte literária e novas tecnologias começaram a ser tecidas, e as relações teóricas e práticas imanentes a tais áreas do saber, enfim, *conectadas*.

Em meio à intrincada rede proposta pela *World Wide Web* à literatura contemporânea, seja em termos de produção que permanece no meio eletrônico ou materializa-se no papel, seja no que concerne à massiva divulgação e promoção de autores e respectivas produções, cabe-nos uma cara reflexão a respeito do poder do impresso, o qual se origina do ciberespaço, na trajetória de jovens leitores em formação. Segundo explanação de nossa própria autoria:

Quando se tem, finalmente, o acesso a algo constituído de matéria, que não lhes irá escapar entre os dedos e que os levem a se identificar com seus pares, que os auxilie a reter o tempo da juventude, tão fluido e inconstante, os paradoxos inerentes a essa fase parecem se atenuar e a tomarem forma pouco menos assustadora. À Literatura, talvez, frente ao investimento na materialidade do conteúdo digital, possa ser atribuída mais uma função, dentre diversas outras: tornar o caminhar dos jovens permeado por luzes, e não somente por obscuridades. (CELESTE, 2018, p. 111)

Constitui-se, desse modo, a manufatura literária de origem nacional para adolescentes, produzida por seus pares, publicada para além das janelas virtuais, à disposição do mercado, repleta de “esclarecimentos sobre uma parte de si mesmos até então desconhecida” (PETIT, 2013, p. 46). A literatura juvenil brasileira, parcialmente representada neste estudo a partir do mapeamento anteriormente apresentado, é o resultado das transfigurações às quais cotidianamente tem aparentado se sujeitar a arte literária. Na era dos *#likes*, o livro impresso revitaliza a prática de idealização e registro de histórias, demonstrando-nos que nem ao menos a Internet foi ou provavelmente será capaz de nos privar do exercício de liberdade, uma vez que trilhas distintas daquelas outrora a ela imputadas têm nos ajudado a efetivá-lo e a tornar atemporais as contribuições da literatura à vida dos jovens leitores contemporâneos.

Referências

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- AGUIAR, Arthur et al. *Muito amor por favor: um sentimento em quatro elementos*. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.
- ALCANTARA, Priscilla. *O livro de tudo: um papo descontraído com Priscilla Alcantara*. São Paulo: Ágape, 2016.
- ALCOLEA, Taciele. *Olá meninas e meninos!* São Paulo: Outro Planeta, 2016.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. Porto Alegre: L&PM, 2013.
- BUCHMANN, Kéfera. *Muito mais que cinco minutos*. São Paulo: Paralela, 2015.
- CANCLINI, Néstor García. *Leitores, espectadores e internautas*. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- CELESTE, Jennifer da Silva Gramiani. *O livro nos tempos de #likes: transfigurações na literatura brasileira contemporânea*. 238 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado em Letras) - Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2018.
- _____; FERREIRA, Rogério de Souza Sérgio. Aborrescências, crises e #likes: as faces da literatura juvenil brasileira na contemporaneidade digital. *Claraboia*, Paraná, n. 14, p. 19-34, jul./dez., 2020.
- COMPAGNON, Antoine. *Os cinco paradoxos da modernidade*. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 1996.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2015.
- FIGUEIREDO, Christian. *Eu fico loko*. São Paulo: Novas Páginas, 2015.
- FITZGERALD, F. Scott. *O grande Gatsby*. Rio de Janeiro: Antofágica, 2020.
- GAIMAN, Neil. *Coraline*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.
- PERRONE-MOISÉS, Leyla. *Mutações da literatura no século XXI*. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.
- PETIT, Michèle. *Leituras: do espaço íntimo ao espaço público*. São Paulo: Ed. 34, 2013.
- PIMENTA, Paula et al. *Um ano inesquecível*. Belo Horizonte: Gutenberg, 2015.
- PINHEIRO, Karol. *As coisas mais legais do mundo*. Rio de Janeiro: Verus, 2016.
- PRENSKY, Marc. Digital natives, digital immigrants. *On The Horizon*, oct., 2001a, v. 9, n. 5, p. 1-6.
- RANGEL, Lucas. *O sensacional livro antitédio do Lucas Rangel*. São Paulo: Paralela, 2016.
- SÁ, Sérgio de. *A reinvenção do escritor: literatura e mass media*. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2010.
- TODOROV, Tzvetan. *A literatura em perigo*. Rio de Janeiro: Difel, 2010.
- VARGAS LLOSA, Mario. *A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

Recebido em: 10 set. 2020.

Aprovado em: 24 nov. 2020.