

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

WANESSA RASTOLDO FERNANDES

O PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS NO ATO DE INCENTIVAR O JOVEM A LER E O IMPACTO
DO GÊNERO LITERÁRIO ROMANCE

Rio de Janeiro
2024

WANESSA RASTOLDO FERNANDES

**O PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS NO ATO DE INCENTIVAR O JOVEM A LER E O
IMPACTO DO GÊNERO LITERÁRIO ROMANCE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Literaturas de Língua Portuguesa da UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO, como requisito parcial para a Obtenção do grau de Licenciatura em Letras.

Orientador: Ana Crélia Penha Dias

Rio de Janeiro
2024

Dedico este trabalho à minha avó, Adaías Rastoldo (in
memorian), que sob muito sol, me fez chegar até aqui,
na sombra.

AGRADECIMENTOS

A escrita é uma atividade solitária. Enquanto há o barulho da rua e o movimento da vida acontecendo. Há no seu quarto um silêncio, uma tela e você. O ato de escrever requer esforço, paciência e acolhimento. Sim, é uma atividade solitária mas, sem o suporte e apoio das pessoas que me transformaram e auxiliaram nessa experiência, o caminho seria mais árduo. Logo, há uma série de pessoas às quais é necessário agradecer.

Gostaria de agradecer à Ana Crelia Penha Dias, minha orientadora, que com toda sua paciência, suporte e sábias palavras, me trouxe até aqui. Muito obrigada, Ana! Sem a sua ajuda esse trabalho não seria possível.

A experiência na Faculdade de Letras, me proporcionou o privilégio de compartilhar a vida acadêmica com amigas que tornaram a graduação mais leve: Ana Luíza, Lorrany Gomes e Jamile Barbosa as boas risadas, os cochilos no PACC e os bons cafés tomados no nosso saudoso “Café Literário” ficarão marcados para sempre, muito obrigada, meninas. Agradeço à Carolina Fontes, que graças a uma aula de Latim, entrou em minha vida e nunca mais saiu, além de me fazer companhia torcendo comigo pelo Botafogo. Amiga, *os jogadores vão e vem*, mas a nossa amizade não. Em especial, agradeço à Daniela Domingos, que se mostrou mais do que uma amiga nesses cinco anos, mas, uma irmã. Começamos juntas nossa trajetória e iremos terminar juntas. Obrigada por fazer parte dessa história e por ser tão presente.

Fora do eixo acadêmico, há pessoas que me cercaram de carinho e amor. Uma delas é a minha melhor amiga, Vitória Belo, que nunca deixou de vir com uma palavra de apoio ou incentivo. Em todos esses anos de amizade, não consigo imaginar como seria minha vida sem compartilhar ela com você. Obrigada por sempre estar disposta. Sempre que você precisar, estarei a um pulo de distância... *in omnia paratus*.

Minha família foi um suporte gigantesco na graduação por um completo. Primeiramente, agradeço aos meus pais, Ubirajara Carioca e Orlene Rastoldo, por todo ensino e por acreditarem no meu potencial, mesmo quando eu não achava que conseguiria. Vocês são os melhores pais que alguém poderia ter, muito obrigada! Agradeço à minha querida irmã, Tamires Rastoldo, que é minha inspiração de vida, esforçada, trabalhadora e um espelho para mim. Obrigada, irmãzinha, muito do que eu sou hoje, é porque fui moldada por você e saiba que, quando a chuva começar a cair, *i'll be there for you*...

Em especial, agradeço à minha avó, Adaías Rastoldo, que infelizmente se foi antes de me ver terminando a graduação mas, que foi um aconchego em todos os anos que tive o

privilégio de a ter por perto. Este trabalho é para você, vó. Minha motivação é deixar o seu legado cada vez mais vivo.

Por fim, agradeço à Deus pois, com sua infinita graça e bondade me deu força de vontade e coragem para superar todos os desafios.

“Long story short: I survived.” (Taylor Swift)

RESUMO

Com o advento da internet, novas formas de se comunicar, receber informações e de se entreter mudaram. Na atualidade, as mídias sociais ditam o que é relevante e o que não é. Nesse contexto, uma onda de booktubers e booktokers surgiu, uma vertente de influenciadores digitais mas, dessa vez, no universo literário. Os influenciadores auxiliam na criação de comunidades literárias nas mídias sociais, no YouTube e no TikTok e, aproveitam esses espaços para discutir literatura de forma leve e atrativa, trazendo jovens para o mundo dos livros. Dessa forma, seu impacto é notório, obras viralizam a todo instante, o mercado editorial se encontra a mercê do que irá ser comercializável, além do incentivo a criar o hábito da leitura. Entretanto, a relação com a literatura nem sempre foi assim. A falta de acessibilidade, a falta de incentivo e a má gestão do sistema educacional corroboraram para um afastamento dos jovens com a literatura. Contudo, com o auxílio dos influenciadores juntamente de práticas de incentivo, os jovens encontram no gênero *Romance* a vontade de entrar para o mundo literário. Dessa forma, o presente trabalho tem como objetivo realizar um estudo sobre o papel das mídias sociais no incentivo à leitura aos jovens e o impacto do gênero romance através de uma pesquisa bibliográfica qualitativa e descritiva.

Palavras-chave: Comunidades Literárias. Mídias Sociais. Booktube. Booktok. Youtube. TikTok. Leitura. Romance.

ABSTRACT

With the advent of the internet, new ways of communicating, receiving information, and entertaining have changed. Nowadays, social media dictate what is relevant and what is not. In this context, a wave of booktubers and booktokers has emerged, a branch of digital influencers but this time in the literary universe. Influencers help create literary communities on social media, YouTube, and TikTok, and take advantage of these spaces to discuss literature in a light and attractive way, bringing young people into the world of books. In this way, their impact is noticeable; works go viral all the time, the publishing market is at the mercy of what will be marketable, and there is an incentive to create the habit of reading. However, the relationship with literature has not always been this way. The lack of accessibility, lack of encouragement, and poor management of the educational system have contributed to the distancing of young people from literature. However, with the help of influencers along with incentive practices, young people find in the Romance genre the desire to enter the literary world. Thus, the present work aims to study the role of social media in encouraging young people to read and the impact of the romance genre through qualitative and descriptive bibliographic research.

Keywords: Literary Communities. Social Media. Booktube. Booktok. YouTube. TikTok. Reading. Romance.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Captura de tela de uma live de sprint de leitura do Victor Almeida.....	16
Figura 2 - Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas.....	24
Figura 3 - Tweet feito por Felipe Neto.....	25
Figura 4 - Lista de livros mais vendidos na Amazon em 2023.....	31

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS.....	12
2.1 A INTERNET, AS MÍDIAS SOCIAIS E A CRIAÇÃO DE COMUNIDADE.....	12
2.2 A COMUNIDADE LITERÁRIA.....	14
2.3 O EFEITO DAS MÍDIAS FORA DAS REDES SOCIAIS.....	16
3. OS JOVENS E A LEITURA.....	19
3.1 O AFASTAMENTO DA LEITURA.....	19
3.2 A RELAÇÃO COM A LITERATURA.....	22
4. ROMANCE.....	28
4.1 O ROMANCE ROMÂNTICO	28
4.2 O IMPACTO DO ROMANCE NA ERA DAS MÍDIAS SOCIAIS.....	30
5.CONCLUSÃO.....	33

1. INTRODUÇÃO

No dicionário, a palavra “comunicação” propõe algumas classificações “1. ato de comunicar; informação, aviso; 2. passagem, caminho, ligação”. (Rocha 1997, p.154). No decorrer da história da humanidade, o processo de comunicação passou por diferentes formas e habilidades. Antigamente, a comunicação era realizada de formas primitivas que com a evolução deram espaço para processos mais complexos.

A chegada da internet modificou o mundo por completo. Informações que demoravam dias para chegar, hoje, com apenas um clique descobrimos o que está acontecendo no Japão. O uso da internet, transformou os seus usuários em parte de algo novo e diferenciado. Uma nova linguagem e processo de comunicação entre os usuários é criada. As expressões originais e formas adaptadas ultrapassam o mundo cibernético e representam um fator concreto na globalização, GALLI (2004).

Com a internet, a onda de aplicativos foi dando um novo ar para as mais diversas formas de comunicação, ou seja, as mídias sociais. A palavra “mídia” é sinônimo de “meio”, que denomina “suporte de informação ou veículo condutor e canal por onde alguma informação é conduzida ou distribuída.” (PERASSI; MENEGHEL, 2011), isto é, “meio” de comunicação.

As mídias sociais são utilizadas de mais algumas formas. Há um grupo intitulado de influenciadores que buscam criar conteúdos em busca de cliques e engajamentos com a intenção de transformar a sua forma de entretenimento em algo rentável e há o grupo que consome o conteúdo sem a busca por cliques. Entretanto, o impacto que os influenciadores possuem em cima dos usuários têm modificado a forma das mais das diversas empresas a lidarem com a situação e com isso, há uma mudança na forma de trabalhar.

Dessa forma, a literatura se encontra como uma das rodas que é modificada e moldada com o impacto que as mídias vêm surtindo. Essa mudança se dá devido aos *influenciadores digitais* que têm buscado e conseguido espaço no mercado literário pois, os vídeos dos chamados “**booktoks**”, *influencers* do TikTok e “**booktubers**”, *influencers* do YouTube, relatando sua suas experiências literárias, indicando livros de forma descontraída e criando conteúdos leves e dinâmicos chamaram a atenção do público mais novo, que não buscava a literatura como forma de entretenimento. Além disso, é criado um ambiente familiar e aconchegante para o novo leitor, isto é, devido a laços de amizade que são criados por meio

de maratonas literárias e leituras conjuntas, que fazem a literatura ser discutida e contemplada com companhias, deixando então de lado a teoria que ler é algo solitário.

No segundo capítulo, iremos abordar sobre a internet, as mídias sociais e a criação de comunidades virtuais. São nessas comunidades que são criados os laços afetivos e amizades que compartilham os mesmos interesses, transformando o sentido de que não é necessário estar junto. Visto isso, no terceiro capítulo será analisada a relação entre os jovens e a literatura e como essa relação foi construída, nos anos passados, e como no presente ela se encontra. Essa abordagem se torna necessária pois nos leva a uma série de reflexões, tais como: acesso à literatura e o impacto que a literatura pode causar nos mais novos. Além disso, irá ser abordado sobre a importância da literatura e como ela é capaz de formar uma identidade do jovem leitor e como esse processo identitário é algo recorrente e mutável. A base dessas reflexões se dará no livro de Michèle Petit, intitulado “Os Jovens e a leitura”.

Entretanto, apesar de diversos gêneros serem consumidos e indicados no universo das mídias sociais, há um grande impacto no gênero romance, que vem sendo amplamente divulgado e relacionado entre os mais vendidos. No quarto capítulo iremos analisar e buscar entender o porquê do *boom* do gênero literário e como essa influência exerce um poder de compra nos jovens.

Neste sentido, a monografia presente, tem como objetivo abordar o impacto dos influenciadores digitais que, juntamente das mídias sociais, vêm surtindo nos adolescentes a buscarem a literatura como forma de entretenimento. Essa busca pela literatura é criada pelo acolhimento e a busca por uma comunidade, transformando o ato de ler. Dessa forma, uma análise será feita para entender como a relação entre os jovens e a literatura e o processo identitário do jovem leitor se dá e, por fim, uma análise que busca entender o impacto do gênero romance na nova geração leitora e como isso influencia o mercado literário.

2. A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS

2.1 A internet, as mídias sociais e a criação de comunidade

Ao longo dos anos, diversas formas de comunicação e interação surgiram com o intuito de coletivizar e criar laços. Nossos ancestrais, antigamente, faziam desenhos rupestres a fim de tentar uma comunicação e transmitir alguma ideia ou informação. Mais recentemente, enviávamos cartas e ficávamos dias a fio esperando uma resposta. Yuval Noah

Harari¹ nos diz que a nossa linguagem evoluiu por meio da *fofoca*. Entretanto, a internet mudou o paradigma e a forma de interação entre as pessoas para sempre. Segundo Castells (2003)², em termos de importância e impacto, a única ferramenta que pode ser equiparada com a essencialidade da internet é a eletricidade.

Antigamente, o sentido de rede era entendido como uma ideia de um conjunto de nós. Apesar das redes possuírem diversas utilidades para além do descanso, hoje elas recebem um novo significado, Castells (2003), diz que as redes ganham vida nos tempos atuais e são transformadas em redes de informação energizadas pela internet.

Com o impacto da internet, as mídias sociais conquistaram mais espaço, pela forma na qual a sociedade interage, entretém e busca informações. Isto é, as mídias sociais, têm adquirido mais importância na vida de seus usuários pois, o seu uso não tem se baseado em apenas para fins de interação ou entretenimento mas, para fins profissionais e acadêmicos. Santaella (2013), essas mídias desempenham um conceito intitulado Web 2.0, que emerge um conceito de ubiquidade e colaboratividade. Com isso, grande parte das pessoas, querem e desejam estar online e conectadas para diferentes razões, o fato é que trabalhar com a internet se mostrou algo bem possível e real nos últimos anos.

A busca desenfreada por estar a todo instante com uma tela e ser entretido por alguém transformou milhares de jovens em *influenciadores digitais*. Diversas redes sociais são os meios utilizados para chamar a atenção dos mais diversos tipos de telespectadores. É interessante ressaltar que, cada uma das redes possui uma forma de publicação e públicos diferentes, dessa forma, o influencer se molda referente à rede social em questão. O Instagram é uma das principais redes utilizadas como forma de influenciar o público alvo. Os formatos dos *Stories*, que são vídeos curtos diários de até um minuto, trazem uma aproximação com o telespectador e faz com que ele se sinta um amigo. Além disso, há as publicações no feed, isto é, fotos e reels que auxiliam nas publicidades e também no tipo de conteúdo que o influenciador quer transmitir.

O TikTok, que é conhecido por seus vídeos curtos e mais dinâmicos, é uma das redes mais voltadas para o público mais novo. O ato de rodar a tela e ver centenas de vídeos por segundo, deixa o telespectador mais preso no conteúdo.

O YouTube, apesar de ser uma rede extremamente conhecida por vídeos longos em formato horizontal, já está se moldando ao formato de vídeos mais curtos verticais, e há uma

¹ Sapiens: uma breve história da humanidade. HARARI, Yuval Noah

² A Galáxia da Internet. CASTELLS, Manuel.

presença grande de influenciadores, inclusive, muitos deles cresceram no YouTube e migraram para as outras redes.

Para fechar, a Twitch, é uma nova rede que vem sendo utilizada para o uso específico de *lives*, isto é, *lives* de conversa ou até mesmo de jogos. Dessa forma, todas as redes sociais citadas, têm como função divulgar suas opiniões, danças e conteúdos relacionados com humor, tudo em prol do entretenimento.

No universo da literatura não seria diferente. Os influenciadores literários, chamados de **booktokers** e **booktubers** criam conteúdos relacionados ao mundo literário de diversas formas. Os vídeos possuem suas opiniões literárias, exposição de novos livros, indicações de livros, experiências literárias e humor referente às obras. O grande *boom* dos influenciadores vem despertando o interesse não apenas em consumir o conteúdo criado pelo *booktuber* ou *booktoker* em questão, mas em fazer parte de uma comunidade.

A noção de *comunidade* pode ser definida como “Conjunto de habitantes de um mesmo Estado ou qualquer grupo social cujos elementos vivam numa dada área, sob um governo comum e irmanados por um mesmo legado cultural e histórico” (HOUAISS; VILLAR, 2009, p. 509). Entretanto, com o avanço da internet, o conceito de comunidade foi alterado; antigamente, fazia-se necessário estar presente no mesmo espaço geográfico, e essa definição foi transformada para um teclado de distância. Apesar do conceito de comunidade no universo digital ser algo relativamente novo, há algumas definições e formas de perceber como ela funciona. Há grupos de conversação, encontros com membros que moram no mesmo estado e momentos de compartilhamento da paixão que dividem. Essa paixão pode ser definida por múltiplos elementos, isto é, futebol, bandas, séries e, obviamente, livros.

A comunidade literária no Brasil não é algo recente; entretanto, o *boom* com a ajuda das mídias sociais é novo. O filósofo grego Aristóteles³ dizia que nós somos animais políticos com a tendência de vivermos em comunidade; sendo assim, a busca por um grupo de pessoas que compartilham os mesmos interesses sempre se fez presente na sociedade e no mundo literário não seria diferente.

2.2 A comunidade literária

De fato, a comunidade literária abriu novos horizontes no quesito de divulgação e na forma de ler. Antigamente, a literatura e o ato de ler era visto como uma atividade solitária na qual, não se fazia necessário uma companhia. Entretanto, essa visão foi se alargando com o

³ Política. ARISTÓTELES. Livro I, Capítulo II.

passar do tempo e criando novos sentidos e novas formas de ler e, hoje, é mostrado que a literatura não precisa ser uma experiência reclusa.

O uso da tecnologia como ferramenta para auxiliar e aproximar jovens que, provavelmente, nunca iriam se conhecer devido a distância e ciclos sociais, facilitou e vêm facilitando a manutenção desses grupos. Nesse sentido, a comunidade cria formas de aproximação, usando o universo literário como meio, a fim de começar amizades e criar um ambiente propício para a amplificação de interesses mútuos.

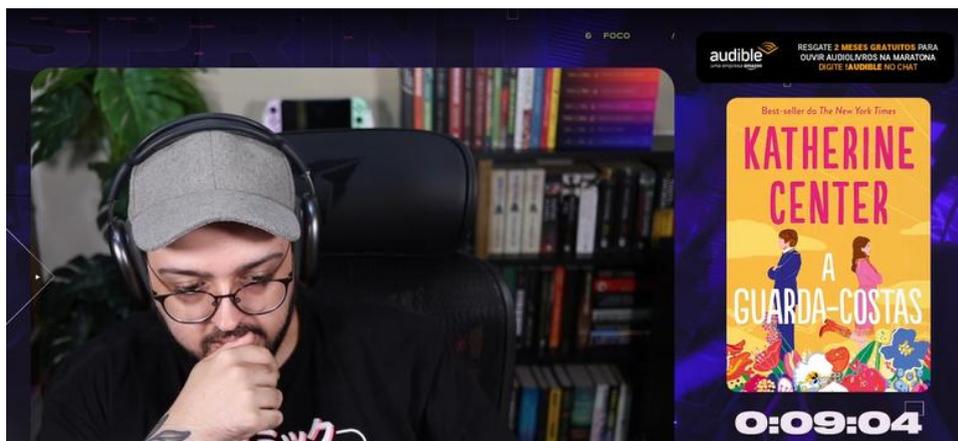
As atividades propostas não são apenas para fortalecer os interesses envolvidos com a literatura mas, como forma de incentivar mais pessoas a buscarem o hábito de leitura e de manutenção. Dessa forma, diversos projetos criados pelos booktubers são bem recorrentes, tais como: maratonas literárias, sprints de leitura, leituras em conjunto e clubes de leitura. Cada um desses projetos há uma definição e serve para uma função específica, vamos por partes.

O projeto **Maratona Literária** foi criado pelo booktuber Victor Almeida, mais conhecido como *Geek Freak*. O intuito desse projeto é ler em uma quantidade maior do que o normal, isto é, trocar qualquer outra forma de entretenimento - séries, filmes, televisão, etc - pelos livros. O idealizador do projeto, Victor Almeida, divide a Maratona Literária em dois momentos do ano, no verão e no inverno. Sendo assim, temos a chamada MLV, **Maratona Literária de Verão** e MLI, **Maratona Literária de Inverno**. As maratonas partem de diversos conceitos e o Victor, cria histórias por trás de um mundo fictício, juntamente de desafios nos quais, os participantes, relacionam com livros que querem ler durante a *maratona*. Nesse meio, Victor Almeida, faz *lives* com *sprints de leitura*, que é uma *live* na qual é separado um momento para ler em conjunto, não necessariamente o mesmo livro mas, como forma de incentivo para que cada um leia. Dessa forma, a Maratona Literária, além de incentivar a leitura e transformar em um hábito recorrente, ela auxilia na criação de laços e amizades por meio das *lives* e dos chamados sprints de leitura, que nem sempre são feitos apenas em *Maratonas Literárias* mas, em qualquer momento do ano ou mês.

Diversos outros booktubers fazem *lives* com o foco em *sprints*, que por definição é separar um determinado tempo para foco total, isto é, sem distrações com outros meios de entretenimento e telas. Então, é bem comum entrar nessas *lives* e encarar um completo silêncio, uma pessoa lendo o próprio livro e um cronômetro na tela. Grande parte dessas *lives* de *sprint*, são feitas na Twitch⁴.

⁴ Disponível em: <https://www.twitch.tv/p/pt-br/about/>

Figura 1 - Captura de tela de uma live de sprint de leitura do Victor Almeida



Além disso, há outra forma na qual a comunidade se aproveita para trazer a leitura como objetivo, que é as Leituras em conjunto. Esse tipo de projeto, geralmente, é algo que faz parte desse esquema e é encabeçado por algum *influencer literário*, além disso, grande parte dos influencers, que fazem esse tipo de projeto, cobram uma taxa mensal para que entrem no chamado **Clube de Leitura**. O processo de seleção de livros é feito por voto popular, isto é, participantes sugerem quais livros gostariam de ler em conjunto e é feita uma votação na qual, o mais votado é lido no mês. Após a leitura ser feita, há uma live de discussão do livro, na qual, os colaboradores do projeto participam e relatam suas experiências e opiniões sobre a obra.

Nesse sentido, a comunidade literária vem aumentando com o passar dos anos com o auxílio dessas redes sociais. O impacto é visto por meio do processo de seleção de livros que são feitos nas livrarias, que são livros que em sua grande maioria, são divulgados e lidos pelos grandes *influenciadores literários*.

2.3 O efeito das mídias fora das redes sociais

A relação dos jovens com a leitura nem sempre foi próxima. Nos últimos anos, diversas notícias e reportagens foram feitas declarando o baixo índice de leitura no Brasil. Em 2019, a Folha de São Paulo⁵, fez uma reportagem com título “Jovens leem mais no Brasil, mas o hábito de leitura diminui com a idade.” Na pesquisa, João Luís Ceccantini, doutor em letras e professor de literatura na UNESP, relata que o afastamento dos jovens da literatura se dá pela forma que a literatura é ensinada e explicada nas escolas, isto é, há um bloqueio dos jovens em fazer leituras canônicas, pois, pelo linguajar mais robusto e vivências diferentes

⁵ É um jornal brasileiro editado na cidade de São Paulo. Atualmente é o segundo maior jornal do Brasil em circulação.

dos mais novos, não há uma conexão com a obra e muito menos uma identificação. Entretanto, é necessário abordar que a fala de Ceccantini gera algumas complicações e ideias errôneas, pois, o professor de literatura não tem a função e a obrigatoriedade de “ensinar” literatura, mas, de formar um leitor. Logo, toda a problemática que envolve a literatura nas escolas, se dá pela questão de formação, na qual, o sistema vem sucateando a educação.

Apesar dessas questões, o grande poder de persuasão de influenciadores literários, juntamente com as comunidades criadas e também pelo índice de credibilidade que vai aumentando pelos telespectadores com o passar do tempo, os jovens se reaproximaram da literatura como forma de entretenimento e lazer. A questão é que se o influenciador lê determinado livro e “vende” aquela leitura nas redes de forma atrativa, o jovem leitor irá querer buscar mais informações sobre a leitura e a chance de fazer a compra do livro e, possivelmente ler, é gigantesca.

Um grande exemplo que bate de frente com a fala de Ceccantini e com a nova onda de influenciadores digitais é que, recentemente, uma influenciadora norte-americana, Courtney Henning Novak, fez um projeto de ler um livro de cada país do mundo. O livro escolhido do Brasil para ler, foi “Memórias Póstumas de Brás Cubas” de Machado de Assis. A leitura deixou Courtney “vidrada” na história e apaixonada pela escrita de Machado, o que a fez viralizar nas redes sociais e aumentar a venda do livro. Nesse sentido, é interessante analisar este contraponto, não é apenas o que é novo que é rentável ou que pode causar grandes repercussões. Apesar de “Memórias Póstumas de Brás Cubas” ser um clássico e amplamente conhecido, o impacto do vídeo de Courtney fez o livro viralizar e entrar para a lista de livros mais vendidos.

Logo, a grande questão, não é apenas o que irá gerar lucro mas, o que irá viralizar nas redes. Logo, a forma que o influenciador busca “vender” o livro nas mídias sociais auxilia na forma em que será recebido pelos leitores. Nesse caso, o exemplo anterior encaixa perfeitamente nesse fato, pois, a forma atrativa de Courtney viralizou um livro já amplamente conhecido.

Dessa forma, é notória a mudança que os influenciadores vêm causando fora das redes sociais. A principal delas, é encontrar em livrarias estandes específicos e separados para livros mais vendidos do TikTok ou que viralizaram. Esses livros variam entre diversos gêneros e estilos, o único traço em comum entre eles é o fato de terem viralizado na rede social. Essas transformações vêm repercutindo e geram certos debates, como o tipo de literatura que é lida e amplificada, trazendo à tona o julgamento de “livro bom vs livro ruim”. Todavia, é essencial salientar que existem diversos tipos de livros para diversos tipos de

leitores, e pensando nesse ponto, o que necessariamente é bom para um leitor, provavelmente, não será para o outro. Logo, acreditar e enfatizar que existem livros ruins é problemático pois, o gosto pessoal sempre prevalece, porém, o gosto pessoal não foge de livros mal escritos, nesse caso, pode ser considerado.

Além disso, há livros, nesse caso, principalmente do gênero romance, que possuem em suas capas selos com os dizeres “Sucesso no Tik Tok”. Essa é uma escolha de marketing interessante de divulgar a leitura pois, com o êxito do Tik Tok, é bem provável que o comprador leia o selo, busque mais informações e compre o livro, pois, se é sucesso no Tik Tok, será uma compra praticamente certa pois, o avanço da rede faz com que a curiosidade pela leitura seja aguçada.

Para exemplificar o *boom* do TikTok, o livro “É Assim Que Acaba” da autora norte-americana, Colleen Hoover, retrata a história de uma vítima de violência doméstica, trama a qual, foi inspirada na história dos próprios pais da autora. O livro foi lançado em 2016 e obteve certo sucesso, porém, na pandemia da COVID-19, o livro ganhou mais visibilidade, devido a rede social, e atingiu números incríveis. No Brasil, “É Assim Que Acaba” já acumulou mais de 1 milhão de exemplares vendidos, e justamente por isso, a autora resolveu lançar uma continuação, intitulada “É Assim Que Começa”, em 2022. A própria autora confirma em seu livro que a continuação só saiu por conta da onda de viralização do primeiro volume.

Em 2022, foi realizada uma reportagem⁶ pela CNN, na qual, Rafaella Machado, editora-executiva da Galera Record, selo voltado para o público juvenil do Grupo Editorial Record, contou que: “O Tik Tok foi tão revolucionário para a gente que, se ninguém consegue me explicar em 30 ou 60 segundos sobre o que é um livro, eu nem compro mais os direitos.” Apesar de compreender que o selo em questão é voltado para o público juvenil, a fala de Rafaella Machado gera algumas problemáticas que se tornam necessárias serem comentadas.

É notório a necessidade e a busca do mercado editorial em publicar apenas o que é rentável, entretanto, a qualidade precisa entrar em jogo e em critério para publicação. Não é porque a literatura é juvenil, que deve ser publicado qualquer material. Há a necessidade de uma curadoria que preze pela literatura juvenil e que o TikTok não seja a “arma” que irá definir o que deve ser publicado mas, que seja um auxiliar na amplificação da literatura.

⁶Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/o-tiktok-se-tornou-um-dos-maiores-incentivadores-a-leitura-entre-os-jovens-entenda/>

Outro ponto, a postura e o comentário de Rafaella Machado, que com o cargo de editora-executiva, demonstra que a sua função não está sendo exercida da forma que deveria, visto que o papel da editora deveria focar em formação de leitores, entretanto, Rafaella, demonstra que seu foco é na visão do influencer e como ele deve se encaixar no mercado editorial.

Dessa maneira, é visível o poder que as mídias sociais vem exercendo em cima tanto dos jovens quanto do que merece ser publicado. O selo que mais “sofre” essa pressão é o juvenil, que por passar mais tempo conectado, as formas de atrair esse público são mais recorrentes e visam não apenas o engajamento mas, manter um público fiel e que busque mais esse grupo de livros específicos. Em contrapartida, o que não é visto como rentável, não é publicado, um dos grandes motivos tem sido a escassez de vendas e com um número significativo de livrarias sendo fechadas.

Nesse contexto, precisamos retornar, não apenas ao passado, mas refletir sobre o presente e o futuro e buscar entender o porquê a relação dos jovens com a leitura obteve níveis baixos e como ela se encontra atualmente.

3. OS JOVENS E A LEITURA

3.1 O afastamento da leitura

No livro intitulado “Os Jovens e a Leitura” de Michèle Petit, a autora parte de dezenas entrevistas com leitores da zona rural e jovens marginalizados na periferia de grandes cidades francesas, entrevistas e exemplos que se adequam e se assemelham perfeitamente à sociedade brasileira. Dessa forma, neste capítulo iremos discorrer sobre a relação dos jovens com a leitura tendo em base a obra de Petit.

Apesar da França ser um dos países mais ricos, a situação daqueles que possuem menos de 30 anos foi se esfarelado nos anos 70, em todos os campos de suas áreas: trabalho, moradia e renda. Nesse sentido, são buscadas as mais variadas formas de sobrevivência, até as não convencionais. As mulheres possuem muita dificuldade em conseguir emprego e quando conseguem, é de uma enorme precariedade. Além disso, virou rotina ver diversos jovens serem mortos ou feridos pela violência, drogas e miséria. A juventude, não apenas a francesa, é um motivo de preocupação porque os caminhos não estão mais traçados, isso porque o futuro é incerto e desconhecido.

Na antiguidade, ou até meados do século 50, havia um cuidado do jovem em buscar uma semelhança com os pais. Isto é, a busca por um trabalho, uma expansão salarial, a casa

própria, a emancipação das mulheres, uma reestruturação familiar, etc. Muito do que era visto como essencial se perdeu com o passar do tempo pois acabou sendo necessário dar prioridade a outros quesitos. O mundo mudou, infelizmente para pior, e os jovens sofrem as consequências dessas mudanças.

Onde a leitura se encaixa nesse novo mundo? A leitura começou a ser vista como algo supérfluo. A proporção de leitores diminuiu com o passar dos anos, o afastamento dos livros se tornou cada vez mais real. Mesmo com a escolarização e o ensino de literatura nas escolas, os alunos, os jovens, não possuíam mais interesse em buscar os livros pois, ao invés de livros, há a preferência por cinema ou televisão, problemas que podemos relacionar com a modernidade, que indicam o favoritismo a algo mais rápido e visto como novo.

No Brasil, o cronista João do Rio, que tinha o costume de flunar na capital do Rio de Janeiro e escrever sobre suas experiências vividas e o que enxergava na cidade, informava que via um movimento grande nas livrarias e confirmava que o Brasil era um país formado por leitores. Todavia, Olavo Bilac, cronista e um dos fundadores da Academia Brasileira de Letras, não acreditava tanto na afirmação de João do Rio, e com dados, provou que o Brasil não lia por apenas um motivo, pela “razão única e terrível de não saber ler”.

Naquele período, o Brasil vivia seu auge em relação à literatura. Havia a vulgarização do texto impresso, que era muito esperado pois, possibilitaria o barateamento da produção literária em larga escala, e nesse sentido, conseguiram transformar a literatura em algo mais palpável e de fácil acesso. Durante todo o século XX, houve um esforço dos editores em disseminar a literatura e transformá-la em entretenimento. Com os preços reduzidos, a procura aumentou e a literatura tornou-se parte do cotidiano brasileiro.

Apesar do número de brasileiros que adquirem livros ter aumentado, o brasileiro não possuía o hábito recorrente de ler, visto que, com a evolução da tecnologia e com novas formas de entretenimento, o objeto-livro foi trocado por outras formas de lazer, tal como aconteceu na França, explicado por Petit. Nesse momento em específico, as editoras elaboraram projetos e formas de vender, pois, sem as vendas o preço do livro aumenta e com o preço alto, o número de vendas também é diminuído. Logo, é um ciclo vicioso, um necessita do outro. Com a tentativa de remediar a situação, há uma grande porcentagem de livros de bolso no mercado, que são vendidos com preços mais acessíveis e de com um nível de praticidade elevado, pois há a possibilidade de levar o objeto para qualquer ambiente. A L&PM publicou em sua série Pocket mais de 450 títulos de diversos gêneros literários, com o intuito além de aumentar as vendas mas, de facilitar o acesso a títulos de “relevância cultural” e de “grande identificação do público”. Apesar de ser um grande facilitador a publicação

desses volumes, é interessante refletir que, quem não tem interesse nesse estilo específico de leitura, se encontra à margem e, no final, termina sem o acesso à literatura. Nesse caso, é indispensável relatar a importância do gosto pessoal, que tem a necessidade de sobressair. O fácil acesso a livros de bolso facilita a comercialização e a compra desses volumes mas, não soluciona o problema de que o objeto-livro se encontra encarecido e não dando a oportunidade de escolha para o jovem leitor.

No passado, a Igreja juntamente do Governo, se preocupavam com a difusão da literatura e nos malefícios que poderiam causar, pois o conhecimento gera complicações severas. No regime militar, mais de 400 títulos foram proibidos por alguns motivos, ou por serem subversivos ou por serem contrários à moral e aos bons costumes. A censura se fazia presente no território brasileiro e em decorrência dessas questões a leitura foi diminuindo, havendo então um afastamento da literatura na época vigente.

Nos últimos anos se tornou cotidiano ler jornais e revistas com reportagens com títulos de que “os jovens não leem mais”, de tempos em tempos é um assunto recorrente e que mostra uma preocupação um tanto quanto irônica. Entretanto, a Bienal do Livro, que ocorre em diversos estados do Brasil, nunca esteve tão cheia e superlotada de jovens que possuem interesse em literatura. Na última Bienal do Livro no Rio de Janeiro, que aconteceu em 2023 no Riocentro, na coletiva de imprensa da própria Bienal, foi divulgado que o evento contou com mais de 600 mil visitantes e cerca de 5,5 milhões de livros foram vendidos.

Nesse caso, vale a pena a reflexão de que, a questão não é o afastamento da literatura e dos livros em si mas, a preocupação é com o que o jovem tem buscado e desfrutado de interesse em ler. Visto que, a sua concepção de leitura, é analisada e vista como inferior em decorrência da escolha do título.

À vista disso, é imprescindível entender o porquê há tantas indagações de que a leitura e o índice têm diminuído no Brasil, dado que, a chamada “crise da leitura” é um descompasso entre a expectativa e a realidade. O universo de pessoas letradas aumentou, pois, se há o embasamento de que antigamente havia mais leitores no Brasil, necessariamente as pessoas que frequentavam escolas e eram alfabetizadas, eram das classes mais abastadas, que herdaram a cultura de ler. Logo, a democratização da escolarização não acompanhou a democratização da cultura literária, da cultura de ler.

Portanto, hoje a cultura literária se vê à mercê do que é virarizável, isto é, podendo ser um livro clássico, como foi o caso recente de “Memórias Póstumas de Brás Cubas” de Machado de Assis, ou como livros de senso comum, como os best-sellers. Antigamente, havia a questão de buscar o interesse em ler o livro pelo objeto-livro em si, sem pesquisar

informações e apenas ler. Hoje, há muita procura em querer opiniões e avaliações da leitura antes de realizá-la, e é isso que determina se a leitura é válida a ser feita ou não. O que causa um grande equívoco pois, há menos pessoas pensando por contra própria. Há uma necessidade assustadora de esperar o crítico opinar sobre o livro e então, basear a sua experiência com aquela leitura no que foi dito pelo comentador, sendo um booktuber ou não.

3.2 A relação com a literatura

Antonio Candido em seu artigo “O direito à literatura”, insere seus argumentos no sentido de vozear aquelas que lutam pelos direitos humanos a refletiram que o fundamento principal da causa é “reconhecer que aquilo que consideramos indispensável para nós é também indispensável para o próximo” (CANDIDO, 2004, p. 172). Nesse sentido, quando analisamos os direitos fundamentais como casa, alimentação, saúde, educação, Antonio Candido, insere o direito à literatura como um bem “incompreensível”. O argumento utilizado para a inserção da literatura entre aquilo que é essencial é baseado no fato de que a literatura é uma manifestação universal de todos os povos em todos os tempos.

Dessa forma, quando analisamos o passado, a literatura já estava presente. Isto é, da forma em desenhos rupestres, feita pelos nossos antepassados que contavam histórias por meio deles, de forma oral e dessa maneira, tivemos o surgimento de Homero, com suas brilhantes histórias que por meio da oralidade se transformou e sobreviveu ao tempo. Candido, portanto, conclui que a literatura é um fator indispensável de humanização.

Nesse sentido, quando abordamos sobre o direito à literatura, que deveria estar intrínseco ao ser humano, há a necessidade de discorrer sobre os malefícios que a sua ausência há de causar. Há o fator da formação estética, que é uma formação que se baseia em aspectos que envolvem diferentes formas de expressão artística, como o teatro, as artes plásticas e a própria literatura, que é uma das causas principais que está em jogo. Nesse sentido, na formação ética, a literatura é capaz de estimular o sujeito da capacidade de (re)conhecer o outro, as diferenças, os conhecimentos e o mundo a sua volta e na dimensão estética, aguça a sensibilidade e abre possibilidades para o prazer, a criatividade, a imaginação (HERMANN, 2010).

Além disso, há o fator identitário, que dessa forma, se une com a formação estética pois, com o abandono da formação estética, há um afastamento em conhecer e se reconhecer através da literatura. Nesse sentido, torna-se uma bola de neve, pois, o direito à literatura que deve ser aplicado a todos, é mal conduzido, por culpa do próprio sistema educacional,

gerando um desgosto e um afastamento parcial dos livros, que é recuperado em partes pois, o interesse é apenas pela literatura que está na mídia.

Michèle Petit em “Os Jovens e a Leitura” entrevista um jovem de 22 anos chamado Ridha, 22 anos. Os seus pais deixaram a Argélia e foram morar na França nos anos 1960. Ridha morava nos bairros marginalizados da França e teve seu primeiro contato com os livros por meio de uma biblioteca pública. Abaixo, segue a fala de Ridha.

“Quando moramos na periferia, estamos destinados a ter uma escola ruim, um péssimo trabalho. Há uma porção de acontecimentos que nos fazem seguir numa certa direção. Mas eu soube me esquivar desse caminho, tornar-me anticonformista, ir em outra direção, é esse o meu lugar... Os que vagam pelas ruas fazem aquilo que a sociedade espera que façam e é tudo. São violentos, vulgares e incultos. Dizem: “Vivo na periferia, sou assim”, e eu era como eles. O fato de existirem bibliotecas como esta me permitiu entrar aqui, conhecer outras pessoas. Uma biblioteca serve para isso [...]. Eu escolhi a minha vida e eles não tiveram escolha.” (Petit, 2010, p. 60)

A fala de Ridha nos faz entender e compreender o porquê da literatura e do ato de ler ser tão importante. A literatura transformou a vida de Ridha, o fez fazer, em seu ponto de vista, escolhas certas e pensando em seu futuro, em sua vida. A biblioteca permitiu que uma nova porta se abrisse em sua vida, mudando completamente a sua história e trajetória. Entretanto, nem todos possuem acesso à literatura. A verdadeira democratização da leitura precisa ser iniciada dessa forma, no poder ter acesso. Assim como Candido afirma, a literatura necessita ser vista como um direito.

É debatido com certa frequência que os livros possuem todo o conhecimento necessário e que é nas bibliotecas que encontraremos as respostas para todas as dúvidas frequentes. Petit diz em seu livro que ao perguntar sobre livros para a população, a resposta era sempre “Os livros são o saber, são o que eu gostaria de saber.”. Nesse sentido, o ato da leitura permite que a pessoa possua um certo conhecimento sobre o mundo, a língua e sobretudo conhecimento interior. Antigamente, os saberes eram passados de geração em geração por meio da fala, hoje, se faz necessário a escrita como meio de manter o saber vivo e que venha perdurar por diversos anos e gerações. Pois, dessa forma, dificilmente o conhecimento irá se perder com o passar dos séculos. Portanto, a abordagem da relação do jovem com a leitura, é fundamental ser analisada principalmente no fator acesso à literatura.

Para refletirmos sobre o acesso e a democratização da leitura, é necessário voltar ao passado. Em 1808, chegou ao Brasil a Biblioteca da Coroa Portuguesa, cujo objetivo era atender às necessidades dos nobres e da elite. Com o passar dos anos, o nome e a função dessa biblioteca foram alterados. Hoje, ela é conhecida como Biblioteca Nacional com 200 anos de existência e com um acervo de 9 milhões de itens.

Em 2009, foi iniciado o Programa “Cada município, uma biblioteca”. O Projeto facilitou e ajudou na inauguração de diversas bibliotecas, hoje, o Brasil possui cerca de 6.507 bibliotecas públicas⁷. Entretanto, o conjunto de bibliotecas é mal distribuído, isto é, mais de um terço se localiza apenas no Sudeste e no Norte, a região que menos possui bibliotecas, de acordo com os dados do SNBP (Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas).

Figura 2 - Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (dados 2015)



Segundo os dados do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP), a média supera por pouco a de uma biblioteca pública por cidade, entretanto, não são todos os municípios brasileiros que têm acesso a elas. Outro ponto, apenas 56,3% das escolas de ensino fundamental público e privado no Brasil contam com a sua própria biblioteca ou sala de leitura, segundo o Anuário Brasileiro da Educação Básica. Logo, apesar de haver a implementação das bibliotecas, o acesso a elas nem sempre é o mais fácil possível. Além do número expressivo de bibliotecas ou salas de leitura em escolas, é fundamental relatar que, não são todas as escolas que permitem a entrada de estudantes nessas salas. Nesse caso, além do acesso já ser dificultoso, há um afastamento do próprio aluno com a leitura.

⁷ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/>

À vista disso, mais de 75% da população nunca frequentou uma biblioteca,⁸ logo, apesar da consciência da importância da implementação das bibliotecas, não basta apenas o investimento, mas a criação de incentivos que forneçam o impacto necessário para que a população frequente.

Partindo deste ponto, é muito comum ler debates nas redes sociais, principalmente no X (antigo Twitter), que os jovens lêem pouco por conta das escolas e por conta do ensino da Literatura. Abaixo, segue uma imagem de um tweet que viralizou há alguns anos:

Figura 3 - Tweet feito por Felipe Neto em 2021.



Na época, o tweet de Felipe Neto gerou diversos debates e conflitos sobre como a literatura deveria ser ensinada nas escolas e quais livros deveriam ser aplicados. Contudo, esse mesmo debate nunca é aplicado para professores de outras disciplinas, apenas a literatura. Outros profissionais de outras disciplinas não possuem suas formas de trabalho e suas grades curriculares julgadas e examinadas. Dificilmente iremos observar um professor de matemática sofrer pressão por ensinar a fórmula de bhaskara e que isso seja um “desserviço”.

Nesse sentido, é necessário entender que o papel do professor, de qualquer disciplina em questão, não é fazer o aluno gostar mas, aprender. Nesse caso, o professor de Literatura não tem como obrigação fazer o aluno gostar de ler mas, de introduzir o conhecimento literário através dos livros do cânone e trazer discussões sobre eles. Acima de tudo, auxiliar

⁸Disponível em:

<https://www.terra.com.br/noticias/educacao/estudo-75-dos-brasileiros-nunca-foram-a-uma-biblioteca,379942ba7d2da310VgnCLD200000bbcecb0aRCRD.html>

no pensamento crítico, interpretação e conhecimento de mundo. A disciplina não tem como enfoque transformar o aluno em um leitor ou a gostar de ler. O gostar de ler é um processo que deve ser iniciado antes do processo de alfabetização. Portanto, abordar que clássicos deveriam ser removidos das grades curriculares só traz à tona uma segregação do conhecimento. Logo, o tweet de Felipe Neto, além de não possuir verdades, é recheado de falta de conhecimento da própria disciplina Literatura, além de possuir falácias a respeito do ensino.

Todavia, como abordado anteriormente, há uma forte inclinação dos jovens para ler apenas o que é viralizado, independente de ser um best seller ou um clássico. Há o pensamento de que, se não “estourou” no TikTok, não há a necessidade e nem a curiosidade do livro ser lido. Em vista disso, há uma baixa procura pela literatura “não viralizável” por conta própria.

Nas escolas públicas e privadas, há projetos que envolvem idas à Bienal do Livro, na qual, alunos da rede pública recebem um voucher de 50 reais para comprar o livro que desejarem. Apesar da baixa quantia, pois com o preço do voucher há a possibilidade de comprar praticamente apenas um livro por conta do objeto-livro se encontrar encarecido, é importante ressaltar que esse benefício realizado pelo Prefeito, é preciso ser visto como um direito e não como um presente.

Nesse mesmo caminho, há outros tipos de projetos que podem e que incluem os alunos no meio literário e que transformam o acesso em algo mais real. Por exemplo, hoje, nas escolas públicas municipais do Rio de Janeiro, há uma disciplina intitulada de “Círculo de Leitura” que além de ajudar na leitura em voz alta, busca aguçar a curiosidade dos alunos nos livros com o intuito de deixá-los com vontade de saber o que irá acontecer com a história e participar com sugestões de finais e com isso, havendo o surgimento do interesse pela literatura. O projeto é relacionado ao Ensino Fundamental II - 6º ao 9º ano e conta com uma forma de incentivar os alunos a lerem. No Ceará, o projeto ganhou força e tem mudado a vida de diversos adolescentes.

“Entendemos que a leitura e reflexão em grupo oferecem esse espaço para que os jovens compartilhem experiências e ampliem seu universo de conhecimento para agirem no mundo. Os multiplicadores do programa falam de uma forma muito entusiasmada sobre sua vivência nos círculos de leitura e relatam os avanços que sentem estar alcançando tanto nas suas habilidades de leitura e escrita como no âmbito existencial. Relatam que a participação nos grupos ajuda a elevar a

autoestima, a romper a insegurança ou timidez e a ganhar mais foco e autoconfiança.” Iraciara Ribeiro, Orientadora da Célula.

Dessa forma, quando paramos para refletir sobre a função da literatura, caímos em uma teia de ideias e pensamentos. O primordial é que a literatura é um direito e que, o afastamento parcial dos livros é grande culpa da falta de acessibilidade pois, quando há projetos e incentivos relacionados à leitura, é visto que há resultados e interesse por parte dos alunos e jovens. Logo, é justamente nesse sentido que vemos como a abordagem das mídias sociais moldaram e mudaram a forma de ler agindo em um dos pontos principais, o incentivo à literatura.

Na Bienal do Livro de São Paulo de 2022⁹, foi realizada uma pesquisa com Retratos da Leitura e Literatura do Instituto Pró-Livro (IPL), em parceria com o Itaú Cultural e aplicada pelo IPEC (Inteligência em Pesquisa e Consultoria) e foi apontado que 28% dos entrevistados afirmam que o último livro lido ou que estão lendo, foi por indicação de algum **booktuber** ou **booktook**. Em 2023 foi feita a mesma pesquisa mas, dessa vez, na Bienal do Livro Rio 2023 e 52% dos entrevistados apontaram que os influenciadores digitais são seus maiores incentivadores no que diz respeito à livros.

Todavia, apesar dos dados fornecidos na pesquisa, vale ressaltar que por possuir uma parceria direta com o banco Itaú, é importante refletir sobre pois, prova um grande elitismo por trás, por haver um banco financiando a pesquisa. Os dados não necessariamente são falsos mas, são um recorte de uma maioria que possui o poder de compra o que não é a realidade de diversos brasileiros. Entretanto, o poder dos influenciadores digitais é inegável, as provas estão nas prateleiras das livrarias e na lista de livros mais vendidos.

O impacto dos influenciadores digitais transformou o mercado editorial e o mercado do entretenimento literário. O consumo pela leitura mudou. A cara da literatura mudou. O resultado dessa equação é um universo literário com um vislumbre mais novo e com mais diversidade, principalmente para os jovens, que agora, possuem diversas opções e que são o público alvo desse mercado editorial, graças às mídias digitais.

Logo, as tendências literárias têm definido o que deve ser adquirido para vendas e o que é atrativo para leituras, nesse caso, o grande campeão é um gênero específico que, tem ocupado as prateleiras das livrarias, sempre está na lista dos livros mais vendidos e que é

⁹Disponível em:

[https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/comunidades-literarias-digitais-e-incentivo-a-leitura/#:~:text=Os%20influenciadores%20digitais%20tamb%C3%A9m%20foram,%2FBienal%20do%20Livro%20Rio\).](https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/comunidades-literarias-digitais-e-incentivo-a-leitura/#:~:text=Os%20influenciadores%20digitais%20tamb%C3%A9m%20foram,%2FBienal%20do%20Livro%20Rio).)

constantemente divulgado e amplificado nas mídias sociais e nesse caso, estamos falando sobre o gênero literário *Romance*.

4. ROMANCE

4.1 O romance romântico

A urgência vontade de relatar sentimentos com pitadas de anseio pela fuga da realidade, desencadeou um dos movimentos mais conhecidos da literatura, o *Romantismo*. O romantismo oficial, dado ao seu impacto e sua força, cresceu e se desenvolveu não apenas no lado poético mas, no desenvolvimento do romance.

“Daquelas primeiras leituras de romances romanescos traduzidos na intenção das damas sentimentais, lhe ficaria sempre o conceito – que foi aliás o de toda a nossa romântica até o naturalismo – que o romance é uma história puramente sentimental, cujos lances devem pela idealização e romanesco nos afastar das feias realidades da vida e servir de divertimento e ensino. É uma história principalmente escrita em vista das senhoras.” (VERÍSSIMO, 1969, p. 184-185)

Veríssimo, com toda sua sabedoria, nos faz ponderar sobre o efeito que uma obra romântica é capaz de gerar. Naqueles tempos, um livro de romance, continha uma história voltada para mulheres, com a intenção de fazê-las idealizarem um romance naqueles moldes e fugir da realidade na qual viviam, que possivelmente era completamente diferente da lida nos livros.

Nos tempos passados, uma mulher que escrevia histórias, era vista como se estivesse cometendo uma transgressão. As que ousavam escrever e publicar com seus nomes verdadeiros eram criticadas pois, na visão deles, estavam fugindo do verdadeiro papel que foi designado para elas, isto é, serem donas de casa, cuidar de seus filhos e marido. Logo, a forma utilizada para muitas mulheres foi a de utilizar pseudônimos, como foi o caso de uma das autoras mais conhecidas e aclamadas do gênero literário, Jane Austen.

Quando falamos de livros de romance, é praticamente impossível não citar Jane Austen, autora de obras como “Orgulho e Preconceito”, “Emma”, “Razão e Sensibilidade”, “Persuasão”, etc. Obras que eram escritas com muito humor, leveza e com críticas sociais. Austen, foi a criadora de diversos “clichês literários” que foram iniciados por ela em 1811, ano da publicação de seu primeiro livro, “Razão e Sensibilidade”. Além disso, a autora entendia que seu papel era escrever livros de romance para mulheres e com o intuito de

amenizar as problemáticas da vida, além de que, não se importava com as críticas pois as usava em suas próprias obras. Dessa forma, Austen, criava personagens femininas perfeitas, para os padrões da época, e debochava de toda a sua perfeição, trazendo contrapontos e personagens imperfeitas como protagonistas. A autora, que não obteve seu reconhecimento devido em sua época, hoje é enaltecida por ter iniciado um movimento com histórias românticas que perduram até hoje e que são influências para novas tramas.

“As mulheres, ao se tornarem consumidoras de literatura, especialmente dos romances e folhetins, abrem espaço para o mercado editorial, que percebe e prioriza os enredos românticos com narrativas nas quais a personagem feminina protagoniza grandes amores. Os riscos desse movimento são apontados por Molière em suas comédias *Les précieuses ridicules*, de 1658, e *Les femmes savantes*, de 1671, onde alerta sobre o risco de despertar interesses intelectuais nas jovens, mediante o acesso à leitura, e estas passarem a “sonhar com casamentos idílicos, recusar prosaicos noivos burgueses e enlouquecerem pais outrora sensatos” (LAJOLO; ZILBERMAN, 2009, p. 238).

Nesse sentido, como Lajolo afirma, as obras românticas abriram o caminho para que mulheres conseguissem despertar seus interesses, tanto intelectuais como o direito a sonhar com realidades totalmente diferentes das quais viviam. Entretanto, o gênero era analisado e visto como algo supérfluo e com histórias vazias que de nada acrescentavam. Walter Siti (2009, p.170) menciona dois motivos pelos quais “o romance envergonhava-se de si mesmo”:

“O primeiro seria provocar nas leitoras devastações psicológicas podendo levá-las à loucura. Quanto ao segundo, o romance é prejudicado pelo grande número de romancistas péssimos e superficiais, tornando-o um gênero desacreditado; um gênero que surgiu sem leis nem regras, sem sequer necessitar de um pouco de técnica tão necessária aos versos. Isso levou à afirmativa de que o romance serve para qualquer um, qualquer um pode escrevê-lo [...]. Requer apenas papel, pena e tinta, depois a capacidade manual de servir-se dele. Além desses pontos, a justificativa de que deve adequar-se à demanda do público acaba por perverter o gosto dos leitores, com uma oferta de qualidade inferior (SITI, 2009, p. 172).

Contudo, a fala de Walter Siti necessita ser problematizada. Abordar que livros românticos poderia “provocar nas leitoras devastações psicológicas podendo levá-las à loucura” beira ao machismo, visto que as mulheres, que são o público alvo, gastam suas energias na leitura imaginando e criando cenários hipotéticos, logo, a fala de Siti, que argumenta que poderia “levar à loucura”, nos demonstra o quanto há uma barreira para a

mulher poder ter um meio de entretenimento sem a que seja chamada de “louca”, visto que homens, em sua grande maioria, gastam suas energias com futebol e não são intitulados de “loucos”. Além disso, há a problemática de que há “péssimos romancistas e superficiais [...] levando à afirmativa de que o romance serve para qualquer um, qualquer um pode escrevê-lo.” O gosto pessoal sempre é necessário de se sobressair, logo, há livros que são mal escritos, entretanto, julgar todo um gênero apenas pelo apelo de que torna “um gênero desacreditado; um gênero que surgiu sem leis nem regras, sem sequer necessitar de um pouco de técnica tão necessária aos versos” provoca a ideia de que o gênero não é interessante por ter um público majoritário feminino e também por ser uma leitura popularizada e de fácil entendimento.

Todavia, apesar de nos séculos passados a leitura romântica ser dita apenas para o público feminino, na atualidade, o público adolescente e jovem tem tomado conta do gênero também. A variedade de publicações amplificou o público e vem atraindo mais leitores para o gênero literário. Antigamente, grande parte das histórias românticas tinham o interesse no “felizes para sempre” e em grande maioria, constava com um casamento hétero no final. Graças às barreiras, ainda relativamente pequenas, do preconceito serem quebradas e à amplitude de novas ideias, histórias com temáticas LGBTQIAPN+ têm ganhado força e visibilidade, além de que abrindo espaço para uma identificação do público.

Em contrapartida, justamente por ser um estilo de leitura mais popularizado, é visto com maus olhos por críticos. Antigamente, grande parte dos livros que tinham o grande apoio da massa, eram vistos como fúteis e de baixa qualidade. Entretanto, alguns desses autores hoje, são considerados gênios e visionários, como é o caso de William Shakespeare. Logo, o sucesso do gênero Romance Romântico, que com o passar dos séculos, se reinventou mesmo ainda se utilizando de clichês criados em 1810, demonstra o quanto é um gênero com espaço e que só é visto de forma negativa pois, é feito para mulheres e jovens.

4.2 O impacto do romance na era das mídias sociais

Telles (2010) afirma que mídias sociais são “Ferramentas online que são usadas para divulgar conteúdo ao mesmo tempo em que permitem alguma relação com outras pessoas.” Nesse ponto de vista, quando nos referimos às plataformas utilizadas para promoção de literatura, é possível afirmar que as redes sociais surtem um efeito amplo, para além de divulgação mas como um mercado de trabalho, que hoje é visto como produção de conteúdo.

O sucesso dos influenciadores digitais, tem desempenhado um papel significativo em engajar os jovens na leitura, especialmente na literatura romântica. O uso das redes em prol do

movimento da literatura, como forma de produção de conteúdo, desperta o anseio em buscar obras mais comercializáveis, que são justamente as indicadas pelos influenciadores. Logo, o gênero romance romântico, que já possui um apelo emocional forte, torna-se mais atrativo e causa grande curiosidade, visto que a capacidade em transformar essas obras em grandes sucessos nas redes sociais, contribui para o aumento significativo das vendas desses títulos.

Dessa forma, a literatura romântica, com suas histórias envolventes, picos de adrenalina, o desejo de torcer para o casal principal e com personagens cativantes, se beneficiam dessa exposição ampliada, levando a demanda crescente por esses livros. Portanto, a influência digital, não só promove a leitura entre os jovens, mas também impulsiona a popularidade de gêneros específicos como o caso do *Romance Romântico*, criando um ciclo de sucesso comercial e cultural.

O grande *boom* do gênero, na era das mídias sociais, foi iniciado no começo da pandemia da Covid-19. Na quarentena, enquanto grande parte das pessoas que aderiram ao movimento “Fique em Casa”, a forma de entretenimento, para “fugir” dos problemas, era a literatura e, especialmente, a literatura romântica. O favorecimento em ser um estilo de leitura mais leve e com uma certa fluidez, facilitou o engajamento e as inúmeras publicidades em torno dos livros. Nesse sentido, o gênero segue emplacando nas listas de livros mais vendidos e sendo um dos pilares do mercado editorial. Apesar das críticas, as redes sociais, em especial o TikTok, trouxeram novos leitores para o mundo da literatura com a ajuda do romance, e dessa maneira, impactando na forma de enxergar a literatura, e de se analisar como leitor.

Figura 4 - Lista de livros mais vendidos na Amazon em 2023

Os 10 livros mais vendidos na Amazon Brasil em 2023

1. **É assim que começa**, por Colleen Hoover;
2. **A Biblioteca da Meia-Noite**, por Matt Haig;
3. **É Assim que Acaba**, por Colleen Hoover;
4. **O homem mais rico da Babilônia**, por George S. Clason;
5. **Verity**, por Colleen Hoover;
6. **Todas as suas (im)perfeições**, por Colleen Hoover;
7. **Como fazer amigos e influenciar pessoas**, por Dale Carnegie;
8. **Tudo é rio**, por Carla Madeira;
9. **Os segredos da mente milionária: Aprenda a enriquecer mudando seus conceitos sobre o dinheiro e adotando os hábitos das pessoas bem-sucedidas**, por T. Harv Eker;
10. **A psicologia financeira: lições atemporais sobre fortuna, ganância e felicidade**, por Morgan Housel.

A lista divulgada pela Amazon é um espelho de como os livros de romance têm alcançado um público fiel. Na lista, dos dez livros que a compõem, 5 são livros de romance, sendo o mais vendido “É assim que começa” de Colleen Hoover, que como dito nos capítulos anteriores, foi publicado apenas por apelo do público do TikTok, dessa forma, captando o

grupo-alvo e transportando para além do interesse em buscar mais obras da autora, mas de conhecer mais livros do gênero romance romântico.

Santaella (2013, p. 29-32) classifica os leitores em três categorias: o contemplativo, que possui o hábito individual e silencioso de leitura, mantendo uma relação íntima com o livro e contemplando a obra e o espaço destinado a leitura; o movente, que está sempre lendo em movimento, nas ruas, nas praças e no ritmo frenético da cidade; e o leitor imersivo, que inaugura uma nova forma de ler, é um leitor conectado no mundo digital e que interage com textos, imagens e sons. Entretanto, com o avanço da modernização e da tecnologia nos últimos anos, Santaella, viu a necessidade de denominar um outro tipo de leitor: o ubíquo, sendo que:

“Ao mesmo tempo em que está corporalmente presente, perambulando e circulando pelos ambientes físicos – casa, trabalho, ruas, parques, avenidas, estradas – lendo os sinais e signos que esses ambientes emitem sem interrupção, esse leitor movente, sem necessidade de mudar de marcha ou de lugar, é também um leitor imersivo. Ao leve toque do seu dedo no celular, em quaisquer circunstâncias, ele pode penetrar no ciberespaço informacional, assim como pode conversar silenciosamente com alguém ou com um grupo de pessoas a vinte centímetros ou há continentes de distância.” (SANTAELLA, 2013, p. 35).

Nesse sentido, a era das mídias sociais, possibilita a abrangência de estar em contato com a literatura a todo instante. Através das plataformas digitais, o contato diário com títulos populares nas mídias, faz o mundo da literatura se tornar mais cotidiano e mais presente no dia-dia. Logo, há uma facilitação pela procura específica de cada indivíduo pelo aquilo que mais atrai, nesse sentido, há uma amplificação do sentido de literatura e, à vista disso, é possível estar conectado e lendo uma obra no mesmo instante.

Sendo assim, entender a conexão que faz jovens se interessarem por livros com teor romântico é fácil. Os finais felizes, que é uma característica comum, proporcionam uma sensação de satisfação e conclusão, sendo um atrativo importante para muitos leitores. A idealização de ler uma história, sabendo que o final irá ser agradável e feliz, faz resgatar e compreender o porquê do gênero ter sobrevivido ao tempo, se reinventando e criando uma gama de leitores de diversos nichos e faixa etárias. O que antigamente era visto como obras relacionáveis apenas para o gênero feminino, hoje possui uma abrangência de diversos estilos e com um público que cresce a cada ano que passa.

A era das mídias sociais, alavancou e se aproveitou do sucesso do romance romântico. Além das editoras investirem pesado no marketing e na publicidade, há uma nova onda de adaptações literárias desses títulos. Dessa forma, o telespectador assiste a série ou ao filme adaptado e se incentiva a ler a história original, para opinar se é melhor ou pior que a adaptação. Nesse sentido, há um crescimento do mundo literário no cotidiano e uma crescente de novos leitores entusiasmados a buscarem mais a literatura e dessa forma, fazer dela seu novo lar.

Por fim, os novos romances além de trazerem assuntos necessários, especialmente para os jovens, há uma série de títulos que abordam sobre diferentes assuntos com pitadas de seriedade, que podem ser utilizados para o aprendizado, logo, a obra vai muito além do que apenas a história de amor de um casal mas, um conhecimento e uma bagagem cultural que ninguém será capaz de remover.

5. CONCLUSÃO

A internet abriu um novo caminho para novas formas de comunicação e engajamento com diferentes formas de entretenimento. A literatura, como qualquer outra forma de entreter, se encontra nessa jornada. O caminho que, antigamente, era mais árduo e pesado pela dificuldade em trazer a literatura para mais perto e de forma mais atrativa, foi quebrada com o uso da internet e juntamente das plataformas digitais. A literatura se mostrou viva e capaz de chegar a lugares inimagináveis, além de transformar e trazer novos leitores para o universo.

Os influenciadores digitais auxiliaram a criar uma comunidade literária, na qual, mesmo estando há milhares de quilômetros de distância, você é capaz de estar perto e discutir literatura. A distância encurtou e o motivo, foram os livros. As mídias sociais impactaram, pela primeira vez, positivamente na vida de diversos adolescentes, pois, dessa vez, eles buscavam as redes para descobrir qual será a sua próxima leitura.

A leitura vem sendo fomentada através de vídeos, pequenos ou grandes, por meio de uma rede de leitores conectados através de um software online. Os *sprints* de leitura, as maratonas literárias, promovem um fomento na literatura. O cenário perfeito é criado. O amor pela literatura, debate sobre o livro lido e conversas. Laços são criados por meio dos livros e torna-se uma comunidade.

Dessa forma, com o sucesso dos influenciadores, é ditado por eles quais livros irão viralizar nas próximas semanas. Possivelmente, a leitura que eles publicarem nas redes irá alavancar e trazer mais interessados para ler em conjunto. Logo, não importa se o livro é um clássico ou um contemporâneo, mas a forma que é vendido nas redes sociais, a forma que o influenciador aborda sobre o livro e o torna viralizável.

“[...] geração que nasceu conectada, reencontrou no booktok um hábito que remonta de milhares de anos atrás, o da leitura. Adaptando-se os meios para a nova geração, os livros digitais em seus diversos formatos conseguiram conquistar seu espaço na vida dos bookstans [...]” (Vendas, 2022, p. 6)

Entretanto, o caminho nem sempre foi dessa maneira. Os jovens e a leitura viveram uma relação conturbada por anos, e nesse caso, fizemos uma comparação da situação na França com a do Brasil, baseada na obra de Michèle Petit “Os Jovens e a Leitura”. Logo, foi traçado comparativos a fim de buscar compreender os motivos do afastamento da literatura. Além disso, foi compreendido que o desgosto pelos livros não é em decorrência dos professores mas, do próprio sistema educacional que não visa abordar a literatura de maneira justa e completando desde o início da formação. Vale ressaltar que, a disciplina Literatura, não tem foco em ensinar a gostar de ler mas, de ensinar a interpretar e formar um leitor.

Nesse sentido, abordamos que a literatura necessita ser vista como um direito, assim como a água, comida e casa. O afastamento dos livros causa males, logo, como Candido afirma, é necessário reconhecer que o que consideramos indispensável para nós, também é pra próximo. Logo, a afirmação de que aplicar nas escolas Machado de Assis é “desserviço” é passível de segregação, visto que é analisado o pensamento de que o aluno não é capaz de entender.

Por fim, discorremos sobre o gênero mais lido, que é o *Romance Romântico*. O gênero que tinha como missão ser atrativo apenas para mulheres, hoje, tem um público mais amplo e diverso. O romance se reinventou e atualmente é um dos pilares do mercado literário, em livrarias é possível enxergar a mudança visualmente pois, há estandes específicos tanto para livros encontrados no TikTok quanto para livros de Romance indicados no TikTok. Dessa forma, a internet, as mídias sociais e os influenciadores mudaram a forma de encontrar literatura e de ler. O perfil da literatura mudou, conectadamente com o perfil do leitor, que agora, se vê nas obras literárias e se enxerga nesse novo mundo vasto.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA Brasil, Rio de Janeiro. **Com 600 mil visitantes, Bienal do Rio vende 5,5 milhões de livros.** 10.out.2023 às 19h14. Disponível: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-09/com-600-mil-visitantes-bienal-do-rio-vende-55-milhoes-de-livros#:~:text=ouvir%3A,hoje%20em%20coletiva%20de%20imprensa.>
- ALMEIDA, Victor. **Maratona Literária de Inverno 2023.** 2023. Disponível em: <https://maratona.app/mli2023>
- ARISTÓTELES. **A Política.** São Paulo: Atena Editora, sd.
- ASSIS, Machado de. **Memórias póstumas de Brás Cubas.** 10 São Paulo: ÁTICA, 1984, 144
- AUSTEN, jane. **Razão e sensibilidade.** São Paulo: Martin Claret, 2012.
- AUSTEN, jane. **Orgulho e Preconceito.** São Paulo: Martin Claret, 2012.
- AUSTEN, jane. **Emma.** São Paulo: Martin Claret, 2012.
- AUSTEN, jane. **Persuasão.** São Paulo: Martin Claret, 2012.
- CANDIDO, Antonio. **O direito à literatura.** In: Vários escritos. São Paulo: Duas cidades; Ouro sobre azul, 1995.
- CNN Brasil, São Paulo. **O TikTok se tornou um dos maiores incentivadores à leitura entre os jovens; entenda.** 15.out.2022 às 4h30. Disponível: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/o-tiktok-se-tornou-um-dos-maiores-incentivadores-a-leitura-entre-os-jovens-entenda/>
- CNN Brasil, São Paulo. **Quase 800 bibliotecas públicas foram fechadas no Brasil em cinco anos.** 15.jul.2022 às 12h30. Disponível: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/quase-800-bibliotecas-publicas-foram-fechadas-no-brasil-em-cinco-anos/#:~:text=Em%202015%2C%20o%20pa%C3%ADs%20tinha,S%C3%A3o%20Paulo%20e%20Minas%20Gerais.>
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.
- CORREIO Braziliense. **Amazon anuncia os 10 livros mais vendidos no Brasil.** 18.dez.23 às 9h17. Disponível: <https://www.correio braziliense.com.br/diversao-e-arte/2023/12/6672280-amazon-anuncia-os-10-livros-mais-vendidos-no-brasil.html>
- FOLHA DE SÃO PAULO, São Paulo. **Jovens leem mais no Brasil, mas hábito de leitura diminui com a idade.** 28.set.2019 às 2h00. Disponível: <https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2019/09/jovens-leem-mais-no-brasil-mas-hab>

[ito-de-leitura-diminui-com-a-idade.shtml#:~:text=O%20topo%20do%20%C3%ADndice%20est%C3%A1,se%20declara%20como%20n%C3%A3o%20leitora.](#)

GALLI, Fernanda. **Linguagem da Internet: um meio de comunicação global**. São Paulo. 2004.

HARARI, Yuval Noah. **Sapiens: uma breve história da humanidade**. São Paulo. Editora Companhia das Letras, 2015.

HERMANN, Nadja. **Autocriação e horizonte comum: ensaios sobre educação ético-estética**. Ijuí: UNIJUÍ, 2010.

HENNING, Courtney. **vídeo da influenciadora sobre Memórias Póstumas de Brás Cubas**. 2024. Disponível: <https://www.instagram.com/atardeoficial/reel/C7PCx8sRsQU/>

HOOVER, Colleen. **É Assim que Acaba**. Rio de Janeiro: Galera, 2016.

HOOVER, Colleen. **É Assim que Começa**. Rio de Janeiro: Galera, 2022.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. São Paulo, Cia das Letras, 2009.

INSTITUTO UNIBANCO. Como a escola pode incentivar a leitura. maio, 22. Disponível: <https://www.institutounibanco.org.br/boletim/como-a-escola-pode-incentivar-a-leitura/>

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da leitura no Brasil**. Rio de Janeiro: Sextante, 2021. 328 p. Disponível em: <http://plataforma.prolivro.org.br/retratos.php>.

UFMG, Espaço do Conhecimento. **Comunidades literárias digitais e incentivo à leitura**. Belo Horizonte. Disponível:

[https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/comunidades-literarias-digitais-e-incentivo-a-leitura/#:~:text=Os%20influenciadores%20digitais%20tamb%C3%A9m%20foram,%2FBienal%20do%20Livro%20Rio\).](https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/comunidades-literarias-digitais-e-incentivo-a-leitura/#:~:text=Os%20influenciadores%20digitais%20tamb%C3%A9m%20foram,%2FBienal%20do%20Livro%20Rio).)

LAJOLO, Marisa, ZILBERMAN, Regina. **A formação da leitura no Brasil**. São Paulo: Ática, 2009.

PERASSI, R.; RODRIGUES, T. M. **Conhecimento, Mídia e Semiótica na Área de Mídia do Conhecimento**.

PETIT, Michèle. **Os jovens e a leitura: uma nova perspectiva**. Tradução Celina Olga de Souza. São Paulo: Editora 34, 2008.

ROCHA LIMA, C. H. da. **Gramática Normativa da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.

SNBP, **Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas**. Disponível: <http://snbp.cultura.gov.br/>

SITI, Walter. **O romance sob acusação**. In: MORETI, Franco (Org.). **A cultura do romance**. Trad. Denise Baltmann. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais**. São Paulo: MBooks, 2010.

TERRA. **Estudo: 75% dos brasileiros nunca foram a uma biblioteca**. 28.mar.2012 às 09h51. Disponível:

https://www.terra.com.br/noticias/educacao/estudo-75-dos-brasileiros-nunca-foram-a-uma-biblioteca.379942ba7d2da310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html?utm_source=clipboard

Twitter: @felipeneto. Disponível em: <https://x.com/tatunotoco/status/1793080753087242494>

VENDAS, Brenda Lima. **A influência do booktok na mudança de hábito de leitura dos jovens durante a pandemia**. Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais, [s.l.], v. 1, n. 5, nov. 2022. ISSN 2675-4169.

Disponível em:

<https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-resumos/article/view/1525>.

VERÍSSIMO, José. **História da literatura brasileira**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora, 1969.