

Valores simbólicos e vivência de experiências diferenciadas na literatura juvenil: reflexões a partir de uma pesquisa exploratória com jovens leitores do Rio de Janeiro¹

Marcella Azevedo²

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Tendo como ponto de partida um estudo exploratório realizado com 126 jovens leitores, todos eles da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, em novembro de 2014, o objetivo deste artigo é tecer reflexões sobre as relações simbólicas construídas entre os jovens e seus livros e autores preferidos. Tem-se uma abordagem da literatura juvenil como “gatilho” para a vivência de experiências diferenciadas, que vão muito além da leitura das narrativas em si e que, como aponta Campbell (2011), podem permitir o devaneio e o desfrute do prazer auto-ilusivo.

Palavras-chave

Literatura juvenil; consumo; mercado editorial.

O crescente consumo de literatura juvenil no Brasil, o surgimento de escritores-celebridade e as representações sociais dos adolescentes nos livros constituíram o objeto de estudo desta autora para sua dissertação de Mestrado, defendida em março de 2015. Durante a pesquisa, sentiu-se a necessidade de ouvir os próprios jovens sobre como eles se relacionam com seus livros e autores preferidos e esta foi a motivação para a realização de uma pesquisa exploratória, realizada em novembro de 2014, com 126 jovens leitores, todos da Região Metropolitana do Rio de Janeiro. O estudo foi desenvolvido pelos alunos da disciplina Pesquisa de Mercado, da graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio, com coordenação da Professora Doutora Cláudia Pereira, também orientadora da já citada dissertação. A abordagem foi feita por meio da aplicação de questionários e o universo pesquisado consistiu em jovens com idade entre 13 e 18 anos, sendo 76% do sexo feminino e 24% do masculino. Todos se declararam leitores de livros impressos e afirmaram terem lido no mínimo três livros nos

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio, e-mail: msazevedo@globocom.com

doze meses anteriores à pesquisa. A amostra foi escolhida por conveniência e a faixa etária abordada visou contemplar a categoria denominada pelo mercado editorial de *young adult*³.

Inicialmente, a análise do mercado editorial juvenil contemporâneo vinha sendo feita prioritariamente por meio de registros e matérias do setor veiculados na mídia. Tais informações serviram de base para a elaboração do questionário aplicado durante a pesquisa exploratória. Esta, por sua vez, foi importante no sentido de compreender como os próprios leitores se veem inseridos na dinâmica do mercado editorial e como eles avaliam sua relação com os livros.

O que os jovens dizem sobre sua relação com os livros

Vamos destacar aqui alguns dos principais resultados obtidos com a pesquisa exploratória. Quando perguntados sobre o tipo de livro que costumam ler, em questão com resposta múltipla, os jovens apontaram duas alternativas principais: romance, com 72%, e literatura fantástica, com 48%. A tendência se manteve quando os jovens pesquisados foram solicitados a escolher apenas um gênero literário de preferência, em questão com resposta única, cujos resultados totalizavam 100%: 41,6% indicaram o romance como gênero de preferência, seguido de 18,4% de pessoas que afirmaram preferir a literatura fantástica. Os escritores mais conhecidos dos entrevistados são também representantes desses dois gêneros. Quando perguntados sobre quais autores conhecem, os resultados mais significativos foram: J. K. Rowling, da saga fantástica *Harry Potter*, com 65,6% das citações; John Green, autor americano de inúmeros romances *best-sellers* como *A culpa é das estrelas* e *Deixe a neve cair*, com 64%; Stephenie Meyer, autora da série de literatura fantástica *Crepúsculo*; e Thalita Rebouças, autora de romances juvenis contemporâneos, com 49,6% de citações, sendo a escritora brasileira mais conhecida entre o público pesquisado, de acordo com as respostas obtidas.

No que tange a relação dos amigos com os livros, 64,8% afirmaram que seus amigos leem o mesmo tipo de livros que eles e outros tipos também; 18,4% disseram que os amigos

³ O mercado literário adota uma classificação própria com relação à faixa etária e mais recentemente vem promovendo uma subdivisão da categoria juvenil sob a justificativa de sua cada vez mais crescente expansão. São então quatro subcategorias distintas: infantojuvenil, para o público de 8 a 12 anos; *young adult* (ou jovem adulto), para leitores de 13 a 18; *new adult* (adulto novo), para aqueles com idade entre 18 e 25 anos; e ainda a categoria *crossover* (cruzamento), que englobaria ao mesmo tempo as três categorias anteriores, somando-se a elas leitores mais velhos. (COZER, Raquel. Literatura juvenil ganha subdivisões e alimenta discussão sobre perfis dos leitores. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 14 dez. 2013. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/12/1385277-literatura-juvenil-ganha-subdivisoes-e-alimenta-discussao-sobre-perfis-dos-leitores.shtml>. Acesso em: 7 jul. 2015).

costumam ler o mesmo tipo de livros; 8,80% indicaram que os amigos leem tipos diferentes de livros que os seus; 5,6% afirmaram que os amigos não leem nenhum tipo de livro; e 2,4% dos entrevistados não souberam responder à pergunta. Quando perguntados sobre quais autores os amigos costumam ler, as respostas mais comuns foram: J.K. Rowling, com 51,30%; John Green, com 50,43%; Stephenie Meyer, com 33,91%; Thalita Rebouças, com 24,35%; Suzanne Collins, com 19,13%; e Paula Pimenta, com 13,04%. Mais uma vez aqui, os líderes de vendas no segmento juvenil foram os mais citados.

Cabe aqui uma consideração sobre o fato de os autores apontados como preferidos pelos entrevistados e por seus amigos serem, em sua maioria, estrangeiros. As primeiras obras voltadas para o público infantojuvenil surgiram na França, na primeira metade do século XVIII, mas sua expansão deu-se simultaneamente também na Inglaterra, no contexto da Revolução Industrial. No Brasil, a produção de livros voltados para esses leitores começa a acontecer de maneira incipiente no século XIX, inicialmente com a tradução de textos vindos de fora, e ganha maior relevância já quase no século XX, com o estímulo a uma produção nacional, imbuída do objetivo de incentivar valores como o nacionalismo e o patriotismo. É na década de 1930 que se dá um maior crescimento, puxado pelo sucesso de *Reinações de Narizinho*, lançado por Monteiro Lobato, em 1931, considerado o precursor da literatura infantil no país. (LAJOLO & ZILBERMAN, 2007).

Em artigo publicado em 1990, o poeta, crítico e ensaísta José Paulo Paes credita justamente à importância da obra do autor de *O sítio do pica-pau amarelo* o fato de que este segmento era, até então, o único imune à entrada dos livros estrangeiros traduzidos. Paes destaca também o livro *Meu pé de laranja lima*, de José Mauro Vasconcelos, lançado em 1968, traduzido para 16 idiomas e publicado em 20 países (PAES, 1990). Na década de 1970, a literatura infantojuvenil respondia por 8% dos lançamentos editoriais sendo que, 30 anos depois, essa participação aumentou para 25% (MARTHA, 2010). Já em 2013, pesquisa da multinacional GfK aponta que o segmento foi o que registrou maior crescimento no mercado editorial brasileiro na comparação com 2012, com um aumento de 24% nas vendas em livrarias⁴.

A principal guinada se deu com a saga do bruxinho Harry Potter, de J. K. Rowling, com sete volumes lançados entre 1997 e 2007, traduzidos para 62 línguas, e com mais de 450 milhões de exemplares vendidos no mundo. É consenso no mercado editorial que o

⁴ MEIRELES, M. Pelas redes sociais, leitores influenciam produção de livros. **O Globo**. Rio de Janeiro, 24 dez. 2013. Disponível em: <http://moglobo.globo.com/integra.asp?txtUrl=/cultura/pelas-redes-sociais-leitores-influenciam-producao-de-livros-11143634>. Acesso em: 4 fev. 2015.

fenômeno Harry Potter revolucionou o segmento infantojuvenil no país, ampliando consideravelmente sua base de leitores. Depois dele, já são muitos os casos de sucesso de títulos que vieram de fora e que alcançaram expressivos números de vendas, como os da saga *Crepúsculo*, da americana Stephenie Meyer, e diversos títulos do americano John Green, cujo livro *Quem é você, Alasca?* ocupou o primeiro lugar no ranking dos livros infantojuvenis mais vendidos em 2014, de acordo com a Publishnews⁵. Se as traduções de sucessos literários internacionais foram inicialmente responsáveis por ajudar a despertar no público jovem o gosto pela leitura, alguns autores brasileiros também já se consolidaram junto a esse público. Entre eles, o destaque vai para Thalita Rebouças, com 18 livros publicados e mais de 1,5 milhão de exemplares vendidos, considerada um fenômeno de consumo junto ao público adolescente. Além dela, vem ganhando bastante espaço também, entre outros, a escritora mineira Paula Pimenta, com 12 livros publicados e mais de 700 mil exemplares vendidos. Ambas são adeptas de versões mais modernas do já há muito consolidado gênero literário dos romances sentimentais. Vale destacar que um gênero específico dentro da literatura juvenil, o do realismo fantástico, tem conquistado cada vez mais leitores entre os jovens brasileiros. Alguns escritores de destaque dessas histórias são Raphael Dracon, que se consagrou com a trilogia *Dragões do Éter*, e ainda Carolina Munhóz, André Vianco e Eduardo Spohr.

A edição de 2013 da Bienal Internacional do Livro, realizada no Rio de Janeiro, confirma a crescente importância do público jovem na cena literária. O evento registrou o recorde de venda de 3,5 milhões de livros e um público total de 660 mil pessoas, a maioria jovem. A porcentagem de visitantes entre 14 e 29 anos subiu de 44% em 2011 para 51% em 2013 (isso sem levar em conta os alunos de escolas públicas que participaram de visitas escolares)⁶. A edição de 2014, realizada em São Paulo, manteve esta tendência. Foram 720 mil visitantes no total, sendo que os livros voltados para o público juvenil foram apontados pelas principais editoras como os campeões de vendas. Segundo a Record, os 30 livros mais vendidos no estande da editora eram voltados para o público jovem. A editora WMF Martins Fontes registrou o aumento de 20% no faturamento, puxada pelo sucesso das vendas do livro *Quem é você, Alasca?*, do americano John Green, autor campeão de vendas na literatura juvenil. A editora Rocco afirma ter obtido um aumento de 30% no faturamento

⁵ Lista de mais vendidos de 2014 – Anos anteriores. **PublishNews**. Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-anual.aspx?cat=11>. Acesso em: 7 jul. 2015.

⁶ FREITAS, Guilherme. Bienal chega aos 30 anos com recorde de público jovem. **O Globo**. Rio de Janeiro. 8 set. 2013. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/posts/2013/09/08/bienal-chega-aos-30-anos-com-recorde-de-publico-jovem-509562.asp>. Acesso em 5 fev. 2015.

em relação à edição do ano anterior e credita o bom desempenho a seu catálogo infantojuvenil⁷. Por conta de dados como esses, a grande maioria das editoras criou selos específicos para tratar do segmento: Rocco Jovens Leitores, Galera Record, Pequena Zahar, Planeta Jovem, Alfaguara Juvenil (da Editora Objetiva), entre outros.

De volta à pesquisa exploratória, quando perguntados sobre quantos livros já leram de seu autor preferido, as respostas dos entrevistados foram equilibradas: 34,15% responderam que leram entre um e três livros; 35,77% afirmam terem lido entre quatro e seis títulos; e 30,08% indicaram a leitura de sete ou mais livros escritos pelo autor de sua preferência. A partir dessas respostas, podemos inferir que novos títulos de autores já conhecidos, tendem a vender mais que títulos de autores ainda não lidos pelo público. Um exemplo que pode comprovar a capacidade que um nome conhecido tem de alavancar vendas foi a revelação da escritora J.K. Rowling (de Harry Potter) de ser a verdadeira autora do livro *The Cuckoo's Calling*, assinado com o pseudônimo de Robert Galbraith. Uma semana após a confirmação da real identidade da autora, o livro teve alta de 41 mil por cento nas vendas⁸.

Para além da preferência por autores já conhecidos, laços afetivos são desenvolvidos também com os próprios personagens, o que ajuda a explicar o grande sucesso das trilógias e demais publicações em série. A identificação do público com os personagens fixos dos livros seriados é facilitada uma vez que os leitores já possuem uma história prévia com eles e potencialmente desenvolveram laços afetivos. Assim, costuma ser grande a expectativa pelas próximas aventuras desses personagens que os leitores já conhecem e gostam. As publicações em série já são lançadas com um poder de sedução potencializado frente ao público consumidor, que costuma aguardar com ansiedade os próximos títulos. Umberto Eco detalha o mecanismo da literatura sequenciada junto aos leitores:

Na série, o leitor acredita que desfruta da novidade da história enquanto, de fato, distrai-se segundo um esquema narrativo constante e fica satisfeito ao encontrar um personagem conhecido, com seus tiques, suas frases feitas, suas técnicas para solucionar problemas... A série neste sentido responde à necessidade infantil, mas nem

⁷ RODRIGUES, M. F. Bienal do Livro em SP supera expectativas e leva 720 mil ao Anhembi. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo. 31 ago. 2014. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/literatura,bienal-do-livro-em-sp-supera-expectativas-e-leva-720-mil-ao-anhembi,1552619>. Acesso em: 9 out. 2014.

⁸ J. K. Rowling confirma segundo livro com pseudônimo Robert Galbraith. **Zero Hora**. Porto Alegre. 24 jul. 2013. Disponível em: <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-lazer/segundo-caderno/noticia/2013/07/j-k-rowling-confirma-segundo-livro-com-pseudonimo-robert-galbraith-4211002.html>. Acesso em: 9 out. 2014.

por isso doentia, de ouvir sempre a mesma história, e consolar-se com o retorno do idêntico, superficialmente mascarado (ECO, 1989, p. 123).

No que diz respeito à relação com os livros no dia-a-dia, enquanto hábito, a abordagem aos adolescentes apontou dados interessantes. Ao serem perguntados sobre como têm acesso aos livros, as respostas foram: 59,2% compram com os pais; 52,8% ganham de presente; 49,6% pegam emprestado com os amigos; 40% compram com sua mesada; e 23,20% afirmaram que pegam emprestado em bibliotecas. Podemos aqui fazer uma observação: as três respostas mais citadas apontam para uma socialização da atividade da leitura, no sentido de que, ainda que ela seja realizada de maneira individual, se beneficia da aprovação pelos outros. Neste sentido, o fato de o hábito da leitura ser visto como uma atividade envolvida em valores positivos, tanto pelos pais quanto pelos amigos, facilita o acesso aos livros e estimula ainda mais essa leitura. Isso pode ajudar a explicar porque alguns autores se esforçam em manter um bom relacionamento com o público, que vai além do perfil de seu “leitor-alvo”. Thalita Rebouças é um bom exemplo disso. Sua série *Fala sério!* começou com o grande sucesso *Fala Sério, mãe!*, retratando o ponto-de-vista da adolescente Malu no relacionamento com sua mãe. Em seguida, mantendo a personagem já querida pelo público, a escritora escreveu outros volumes, voltados para mostrar a perspectiva da mãe, do professor, da amiga e do namorado. Sem perder o foco na adolescente do sexo feminino, a autora mostra um esforço, ou ao menos uma vontade, de se relacionar com um público mais amplo, que pode se tornar também seu leitor, ou ao menos, incentivará seu público principal a continuar lendo.

Diante da pergunta “Onde você guarda seus livros”, as respostas foram: 83,2% na estante; 27,2% no armário; 26,4% na mochila; 21,6% em cima da mesa; e 15,2% na gaveta. Com relação à leitura em si, quando perguntados sobre como se dá essa leitura, 52% afirmaram ler todo dia um pouco; 25,6% disseram ler quando têm vontade; 16,8% indicaram que leem de uma vez só; e 3,2% contam que leem quando não têm nada pra fazer. Diante da pergunta sobre se levam consigo os livros para algum lugar, 87,2% respondeu que sim. Desses, 76,15% levam os livros à escola; 59,63% em viagens; 47,71% no transporte (ônibus metrô, carro); 18,35% citaram outras opções; e ainda 3,67% afirmaram levar seus livros para a academia. O fato de mais da metade (52%) dos entrevistados afirmar que lê um pouco todo dia e de 87,2% dizerem que carregam os livros consigo aos mais diversos lugares, indica a relação com o livro como parte integrante de um

hábito cotidiano. O livro e a leitura fazem parte da vida deles, estão de certa forma bastante presentes, o que ajuda a explicar o vínculo afetivo que é então construído.

O questionário abordou também a inserção desses adolescentes nas redes sociais e 100% deles afirmou possuir perfil em alguma dessas redes, sendo que as respostas mais comuns foram: 95,2% no *Facebook*; 72,8% no *Instagram*; e 56% no *Twitter*; e ainda 8,8% indicaram alguma outra rede. Do total de jovens que respondeu à pesquisa, 64% afirmaram que seguem ou curtem alguma página relacionada a seus livros nas redes sociais e 52,8% que seguem ou curtem alguma página relacionada a algum autor. Dentre esses últimos, os autores mais citados foram: John Green, com 46,97%; J.K. Rowling, com 37,88%; Thalita Rebouças e Kiera Cass, com 18,18% cada uma; Suzanne Collins, com 16,67%; e Nicholas Sparks e Cassandra Claire, com 10,61% cada um. Perguntados se seguem ou curtem alguma página nas redes sociais relacionadas a alguma série, saga ou livro específico, 72,8% responderam que sim. Dentre eles, as obras cujas páginas foram mais seguidas ou curtidas foram: *Harry Potter*, com 59,34%; *Jogos Vorazes*, com 42,86%; *Crepúsculo* e *Pretty Little Liars*, com 24,18% cada um; *Percy Jackson*, com 19,78%; *Fala Sério* (de Thalita Rebouças), com 9,89%; *Diário da Princesa* e *A Seleção*, com 8,79% cada; *Instrumentos Mortais*, com 7,69%; e *Fazendo meu filme* (de Paula Pimenta), com 6,59%.

Levando em consideração a vontade ou não de tentar estabelecer um contato mais próximo com seus autores preferidos, perguntou-se aos entrevistados se já foram a algum evento como tarde de autógrafos ou encontro de fãs, ao que 33,33% responderam que sim. Destes, 45,24% afirmaram terem ficado sabendo do evento pelo *Facebook*; 33,33% através de amigos; 16,67% pelo *Twitter*; 9,52% por *fansites*, 4,73% por sites de livrarias; e 2,38% por jornal/ revista. Ao serem perguntados se participam de algum fã-clubes de autores ou livros, apenas 12,10% dos entrevistados responderam que sim. Solicitados a dizerem ao fã-clubes de que autores eles participam, tivemos: J. K. Rowling, com 60%; John Green e Suzanne Collins, com 20% cada; e Thalita Rebouças, Paula Pimenta, Bruna Vieira, Nicholas Sparks, Cassandra Claire, Veronica Roth e Kiera Cass, cada um deles com 6,67% de citações. Já com relação aos fã-clubes de livros, as respostas foram as seguintes: *Harry Potter*, com 66,67%; *Percy Jackson* e *Jogos Vorazes*, com 20%; *Fala Sério* e *Crepúsculo*, com 13,33% cada; e *Fazendo meu filme*, *Tudo por um pop star*, *Instrumentos Mortais* e *Diário da Princesa*, cada um com 6,67%. O fato da escritora inglesa J. K. Rowling e sua saga *Harry Potter* ocuparem a primeira e segunda colocação nas respostas para essas questões acima confirma o poder da franquia. Tem-se a impressão de que a grande maioria

dos entrevistados já teve algum contato com a série, seja pela leitura dos livros em si, pela adaptação dos mesmos ao cinema, pelo sem-número de produtos licenciados ou quaisquer outras possibilidades. Mais que isso, esse contato parece ter sido positivo na grande maioria das vezes, pois as lembranças indicam um vínculo afetivo, seja com o livro, seja com a autora.

Vale ressaltar aqui uma tendência que vem ganhando cada vez mais força no mercado editorial: os escritores participam cada vez mais da divulgação de seus livros. Figueiredo aponta essa prática recente: “Tira-se partido do prestígio social da figura do escritor, reforçado pela mídia, que busca transformá-lo em celebridade” (FIGUEIREDO, 2012, p. 151). No caso brasileiro, há alguns autores da literatura juvenil que são tratados como verdadeiros *pop stars*. Thalita Rebouças e Paula Pimenta, por exemplo, possuem inúmeros fãs-clubes espalhados pelo Brasil, são presenças constantes na grande mídia de massa e atraem multidões em eventos como a Bienal do Livro, em que jovens leitores não poupam esforços para chegar perto de seus ídolos e conseguir um autógrafo ou foto com eles. Cabe aqui ainda o registro da pergunta sobre qual o significado para os jovens dos autores que eles gostam. As respostas foram: 42,4% inspiração; 14,4% ídolo; 13,6% conselheiro; 8,8% amigo; e 20,8% afirmaram que nenhuma das alternativas anteriores.

O desejo dos jovens de estabelecer um contato mais próximo com seus autores preferidos e com as editoras é facilitado pela enorme inserção desses jovens nas redes sociais digitais, como mencionado mais acima. Junte-se a isso, a disponibilidade desses autores contemporâneos para essa relação de proximidade. É por meio dessas redes sociais que os jovens leitores indicam novos autores, são consultados sobre títulos a serem publicados, votam na escolha das capas, no formato, chegando a influenciar a agenda de lançamentos. Para as editoras, essa estratégia reduz os riscos mediante os investimentos necessários em todas as etapas de produção para o lançamento de um livro, uma vez que já obtiveram um *feedback* prévio de seu público-alvo com relação a determinado produto. Além disso, o acompanhamento dessas etapas pelo leitor gera nele um aumento de expectativa para adquirir e ler a obra quando ela finalmente chegar às livrarias. Neste processo, os jovens se sentem valorizados ao terem suas opiniões respeitadas e assumem para si mesmos um status de corresponsáveis pelo lançamento e sucesso de determinada obra.

Em diversas entrevistas veiculadas na mídia impressa e televisiva, as autoras Thalita Rebouças e Paula Pimenta afirmam estarem sempre atentas às demandas dos leitores, é

como se as obras fossem lançadas para atender pedidos feitos expressamente pelo público, que assim assume um papel mais ativo no jogo de relações da indústria cultural. Rebouças conta, por exemplo, que o livro *Fala Sério, Filha*, teria sido solicitado pelas mães de suas leitoras que gostariam de “se vingar” da forma quase caricata com que foram retratadas no anterior *Fala Sério, Mãe*⁹. Conforme aponta Andréa Leão em análise sobre as duas escritoras:

O que explica os sucessos de vendas, as reações apaixonadas, são os pactos de leitura firmados entre autores e público e um maior controle da produção e distribuição dos livros por parte dos escritores. Não por acaso, Thalita e Paula lançam mão dos suportes da escrita na *web*, *blogs* e redes sociais, possibilitando contato direto com o público de fãs-seguidores. O meio digital abre caminho para invenções autorais e, por conseguinte, para redefinições de interesses e reposicionamentos de indivíduos nos circuitos de produção e recepção. As novas mulheres de letras apostam na publicidade via internet como meio de consagração. Sem ambivalências, concebem os livros simultaneamente como obras literárias e produtos à venda. Para elas, o importante é corresponder aos horizontes de expectativas de meninas fãs de princesas e de meninos românticos (LEÃO, 2013, p. 3-4).

No que diz respeito à leitura em si, quando perguntados sobre por que gostam das histórias dos livros que leem, 56,8% dos jovens entrevistados responderam que se identificam com algum personagem; 44,8% afirmaram que desejariam viver uma vida como a do personagem; 20,8% disseram que é porque se identificam com o autor (a); 19,20% porque o livro tem uma linguagem fácil de entender; e 11,20% afirmaram que os livros contam histórias que eles já viveram. Essa grande identificação com os personagens, apontada pelo público pesquisado, pode ser observada em muitas das obras atuais da literatura juvenil, que retratam universos bastante próximos ao do leitor, como acontece no caso dos livros das brasileiras Thalita Rebouças e Paula Pimenta. Os protagonistas são sempre adolescentes e as narrativas costumam girar em torno de questões marcantes para eles: o primeiro dia de aula em uma nova escola, os conflitos familiares, o início da vida amorosa e sexual, a lealdade e companheirismo dos amigos. São histórias divertidas, que sempre trazem um final feliz. Pode-se dizer que o jovem leitor consegue estabelecer laços mais rapidamente com essas obras, ao reconhecer a ambiência, compartilhar experiências semelhantes e ver retratadas algumas de suas principais questões. Ele é tratado como portador de questões próprias, lidando com etapas importantes e características de sua vida

⁹ MANCINI, Gabriella. Thalita Rebouças fala sobre novo livro, criado para “vingar os pais”. **Folha de S. Paulo**. São Paulo. 22 abr. 2012. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/1079751-thalita-reboucas-fala-sobre-novo-livro-criado-para-vingar-os-pais.shtml>. Acesso em: 10 out. 2014.

e as narrativas literárias podem ser um recurso de apoio para melhor compreensão do mundo e da própria vida:

Os temas de fronteira em obras para crianças e jovens – compreendidos como situações-limite que configurem, no plano ficcional, etapas da evolução vividas pelo ser humano – ganharam força e podem ser aliados importantes para que esses leitores reconheçam suas angústias, faces diversas do medo que enfrentam cotidianamente – morte, separações, violência, crises de identidade, escolhas, relacionamentos, perdas, afetividades - a partir da leitura de narrativas contemporâneas (MARTHA, 2010, p. 3).

Diferentemente da vida real, porém, nos livros na grande maioria das vezes se tem o final feliz, o que acaba por proporcionar ao leitor vivenciar essa experiência prazerosa muitas vezes ainda não conquistada no âmbito de sua realidade.

Livros como “gatilhos” para a vivência de experiências diferenciadas

Podemos analisar esse conjunto de respostas obtidas no estudo exploratório pela perspectiva do “devaneio” e da busca pelo prazer “auto-ilusivo” propostos por Campbell (2001). Central para entender o pensamento do autor é o “hedonismo moderno”, que trata da busca contemporânea pelo prazer que se apoia na valorização das emoções e sentimentos (e não mais das sensações, como acontecia no hedonismo tradicional). Mais especificamente, há um destaque para as emoções particulares, íntimas, que se originam dentro de cada indivíduo e que o impulsionam para a ação. Aliado fundamental neste processo é o poder imaginativo e criativo, por meio do qual o indivíduo vai construir imagens prazerosas para seu próprio deleite. Dentre as categorias de construção de imagens, Campbell se dedica com maior atenção a duas delas: a fantasia, que envolve o poder imaginativo de criar algo que seja inclusive impossível – sendo que o próprio autor cita como exemplo o desejo de se tornar invisível – e o devaneio, este sempre ligado a algo possível, que mantém conexão com a realidade, ainda que de forma bastante idealizada. O ponto de partida para muito devaneio seria a capacidade de imaginar, tornando latente a possibilidade de que algo novo e emocionante possa acontecer inesperadamente, a qualquer momento. O próprio processo de antecipação imaginativa de um futuro extremamente agradável é prazeroso e excitante e se torna em si objeto de deleite.

O hedonismo moderno e a busca pelo prazer auto-ilusivo possuem relação direta com o consumo, uma vez que são os bens e mercadorias que na maioria das vezes vão desencadear o processo da imaginação prazerosa. Os devaneios se ligam a objetos de

desejo, que carregam a promessa de realização das experiências antecipadas e realizadas. Porém, Campbell destaca a impossibilidade de a experiência real vivenciada corresponder às grandes expectativas da experiência imaginada por antecipação, pois “a vida real é cheia de imperfeições” (CAMPBELL, 2001, p. 127). Portanto, os devaneios, ainda que muito prazerosos na imaginação, não conseguem se realizar na prática. A frustração gerada daí, da diferença entre a experiência imaginada e a real, vai impulsionar o indivíduo a redirecionar suas expectativas para algum outro bem. Porém aí, mais uma vez, a expectativa não será alcançada, levando a um anseio constante por achar novos produtos que sirvam como objetos de desejo a serem repostos. Isto explica a busca pelas novidades, que se configuram em oportunidades não só de adiar a consumação do desejo, mas de criar novos. O autor aponta, ainda, que os bens culturais, e em especial os romances, são vistos pelos indivíduos como uma espécie de facilitadores do processo de desfrute imaginativo, ao acreditarem que sua aquisição e uso podem levar a sensações prazerosas ainda não encontradas na realidade e nos bens de consumo habituais:

Fragmentos de histórias ou imagens, retirados de livros ou filmes, são muitas vezes utilizados como pedras fundamentais para esses edifícios de sonho continuamente ampliados, construções que, com o tempo, podem assumir proporções inteiramente colossais (CAMPBELL, 2001, p.136).

Talvez isso se dê pelo fato de que os bens culturais costumam despertar ligações emocionais com o público, são relações que se estabelecem, entre público e obras, baseadas nos sentimentos.

Voltando, portanto, a pensar na indústria literária juvenil contemporânea, podemos inferir que essas narrativas proporcionam ao jovem leitor acesso a prazeres imaginados, que se dá ao mesmo tempo sobre experiências já vividas mentalmente (a partir dos livros já lidos) e aquelas apenas imaginadas (que o leitor supõe que encontrará na leitura dos próximos livros). Para o leitor assíduo de uma série, o próximo volume é visto com um potencial muito maior de engatilhar experiências prazerosas e imaginadas do que o lançamento do título de um autor ainda não conhecido, por exemplo, e com personagens também desconhecidos. O mesmo vale para o deslizamento das histórias dos livros para outros suportes, a partir do momento em que trata dessas mesmas narrativas e personagens com os quais o indivíduo já se envolveu emocionalmente. Esses novos produtos midiáticos vão dar margem para uma renovação do devaneio e da ilusão imaginada, reacendendo o desejo de vivencia-lo. Já o recurso da estetização do cotidiano facilita a identificação do

público com ambientes ficcionais, narrativas e personagens que são bastante próximos ao leitor. Desta forma, ele facilmente consegue se imaginar como parte integrante das narrativas dos livros, o que possibilita a elaboração de devaneios que podem ser extremamente prazerosos. A celebrização dos autores cria um ambiente propício para criações imaginativas que se ligam diretamente aos autores, que muitas vezes se tornam ídolos, alçando o status do leitor ao de fã. Além das relações que se estabelecem com as obras em si, eles se ligam a esses ídolos e, ao lerem os livros de sua autoria, se sentem mais próximos deles. Vem daí muito do desejo de se aproximar o máximo possível deles, de estabelecer interações tão próximas quanto possível.

Vale ressaltar a importância que Campbell dá à literatura e, em especial, ao romance, creditando a este, inclusive, um papel-chave para a configuração do consumo moderno. Para o autor, a Revolução Industrial estava envolvida em uma revolução cultural mais ampla, de valorização do lazer, que criou as condições necessárias para a expansão do romance como gênero literário e um significativo aumento do público leitor de ficção. Neste contexto, aponta, houve uma grande expansão do mercado livreiro, que teve seu número de obras publicadas quadruplicado ao longo do século XVIII, com o desenvolvimento não só de novas técnicas de publicação, bem como de distribuição e comercialização de livros, e ainda a estabilização da profissão de autor. Esses romances faziam parte de uma indústria maior de produtos culturais populares criados no então bastante novo cenário do culto à sensibilidade. Ao despertar o gosto pela novidade e se fortalecer como “ponte” para o prazer auto-ilusivo, essa ficção disseminou e reforçou valores importantes que se alinhavam ao espírito do consumismo moderno (CAMPBELL, 2001).

Considerações finais

O crescente consumo de livros pelos adolescentes se baseia na construção e renovação de relações simbólicas com as obras e seus autores. Tal consumo vai muito além da posse do livro e da leitura propriamente dita das narrativas que constam em suas páginas, estes são a chave de acesso, o ponto de partida para devaneios, sonhos, vivência de experiências e emoções que podem ser extremamente prazerosas. Para além disso, a relação com os livros faz-se presente de maneira efetiva na vida desses jovens e do dia-a-dia deles. Em pesquisa realizada com adolescentes leitores do Rio de Janeiro, a maioria (52%) afirmou possuir o hábito diário da leitura, ao lerem um pouco todo dia. Some-se a isso o

fato de 87,2% deles afirmarem que carregam os livros consigo aos mais diversos lugares. Os livros, assim como os personagens e narrativas que eles trazem, tornam-se parte do cotidiano, fazem companhia aos jovens, e os laços entre eles são reafirmados e reforçados continuamente. Não se trata exclusivamente de consumo e hábito de leitura, mas também de afeto e vínculo emocional.

Vale dizer ainda que a leitura aqui não é uma atividade solitária. A fruição deste produto da cultura de massa, por mais que se dê de maneira individual na maioria das vezes, com frequência está envolvida em socialização, aceitação e compartilhamento. O acesso aos livros se dá, segundo os próprios jovens entrevistados, na maioria das vezes por meio de compra realizada com os pais, ao ganharem de presente ou pegarem emprestado com os amigos, o que aponta para uma socialização prévia à leitura. Os comentários e trocas de ideias sobre as obras também pautam conversas, discussões e trocas sobre as impressões e opiniões de cada um, possibilitando que se agrupem em torno de gostos e preferências expressados a partir dos livros.

Outro fator-chave para a construção dessas relações simbólicas é a identificação dos jovens leitores com as representações sociais dos adolescentes que estão presentes nos livros. Tal qual afirma Moscovici (2011), há uma relação central entre as representações sociais e a comunicação. Ao permitir a existência de códigos compartilhados, as representações tornam a comunicação possível. Ao mesmo tempo, porém, as representações são fruto da comunicação, que as colocam em circulação no interior da sociedade. Tem-se aí uma indicação da grande importância dos bens culturais no que tange à maneira como os jovens se veem e são vistos em nossa sociedade moderna. Tais representações servem como modelos, guias de como ser e como agir para os jovens, o que vai apoiá-los na busca pela constituição de suas identidades. Ao mesmo tempo, tais representações conferem visibilidade a esses jovens, jogando luz sobre sua existência e suas próprias questões, o que é bastante relevante, em uma fase da vida em que se sentem - e muitas vezes de fato o são - destituídos de lugar próprio. Os livros, e as representações sociais colocadas por eles em circulação, inserem na pauta questões tão relevantes para os jovens, ajudando-os a lidarem com elas, a terem uma melhor compreensão de si e, ao mesmo tempo, ampliando sua visão de mundo.

Outro fator fundamental neste contexto é o papel que assume o escritor contemporâneo voltado para o público juvenil. Ele não é um artista recluso, que se dedica à elaboração de sua obra de maneira isolada e que só descobrirá o impacto que ela terá à

época de seu lançamento. Muito pelo contrário, esses escritores são fator de extrema importância nas relações simbólicas que atuam no mercado editorial. A popularização de tecnologias digitais e das redes sociais virtuais, associadas a uma postura bastante aberta para a interação com leitores e a disponibilidade para se relacionar com eles, possibilitam uma proximidade bastante acentuada entre escritor e leitores, proximidade esta que vai interferir de maneira direta no produto cultural que será oferecido. Os escritores trocam ideias com os leitores, pedem opiniões, os consultam sobre assuntos diversos que serão abordados nas narrativas. Desta forma, tais produtos já nascem, de certa maneira, apropriados pelos leitores, já contam com algum nível de intervenção deles, o que lhes atribui certo empoderamento nesta relação na qual, anteriormente, tinham papel muito mais passivo. Os autores também usam esses canais de comunicação para divulgar suas novidades, lançamentos e eventos dos quais participem. Os leitores contribuem e participam quando são demandados pelos escritores, mas também se expressam espontaneamente, elogiam ou reclamam sobre o desfecho de narrativas, e também expressam sua admiração e buscam se diferenciar em meio aos demais leitores, na tentativa de estabelecer um vínculo o mais próximo possível com o escritor-ídolo.

Referências bibliográficas

CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

ECO, U. **Sobre os espelhos e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

FIGUEIREDO, V. L. F. Entre o texto e a imagem: a literatura equilibrista. In: OLINTO, H. K.; SCHOLLHAMMER, K. E. (Org.) **Literatura e Criatividade**. 7 Letras, 2012.

LAJOLO, M.; ZILBERMAN, R. **Literatura infantil brasileira: história & histórias**. São Paulo, SP: Editora Ática, 2007.

LEÃO, A. **Fazer do velho uma novidade**. A invenção dos *best-sellers* juvenis - Artigo apresentado no XVI CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA, realizado de 10 a 13 de setembro de 2013, Salvador (BA). Disponível em: www.automacaodeeventos.com.br/sigeventos/sbs2013/inscricao/resumos/0001/PDF_trab-aceito-0433-1.pdf. Acesso em: 5 fev. 2015.

MARTHA, A. Á. P. Narrativas de língua portuguesa: temas de fronteira para crianças e jovens. In: **Língua portuguesa: ultrapassar fronteiras, juntar culturas**. Universidade de Évora, 2010.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2011.

PAES, J. P. Por uma literatura brasileira de entretenimento (ou o mordomo não é o único culpado).
In: **A Aventura Literária**. Companhia das Letras, 1990.