LITERATURA INFANTOJUVENIL E INDÚSTRIA CULTURAL: UMA ANÁLISE DOS LIVROS DO YOUTUBER LUCCAS NETO E A SEMIFORMAÇÃO DE LEITORES

CHILDREN'S LITERATURE AND CULTURAL INDUSTRY: AN ANALYSIS OF YOUTUBER LUCCAS NETO'S BOOKS AND READERS' SEMIFORMATION

Robson Loureiro[1]

Taynara Batista da Silva[2]

RESUMO: Este artigo problematiza a categorização feita pelo mercado editorial brasileiro acerca do que é literatura infantojuvenil. Apresenta os livros infantojuvenis mais vendidos durante dez anos, no Brasil, conforme os dados publicados pelo portal *PublishNews*. A partir da contribuição de Adorno e Horkheimer, recorre aos conceitos de indústria cultural e semiformação, elege como *corpus* analítico dois livros circunscritos na categoria "infantojuvenis" presentes na lista de mais vendidos em 2018 e 2019 do portal PublishNews, a saber**: Aventuras na Netoland com Luccas Neto** e **Brincando com Luccas Neto**. Argumenta que as obras em questão são instrumento de alienação e industrialização da experiência estética, ignora os estudos (Zilberman, Lajolo, Hunt) no campo da literatura infantil e juvenil e das discussões inerentes à humanização (Candido,Saviani) do leitor diante da leitura por meio de um conteúdo pautado no incentivo ao mero consumismo. Conclui que os livros do *youtuber*, embora embalados de forma aparentemente diferente, não passam do mesmo produto e não oferecem aspectos que ampliem a experiência literária.

Palavras-chave: Indústria Cultural. Semiformação. Youtuber. Literatura Infantil. Literatura Juvenil.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Historicamente, a produção literária para jovens e crianças sempre acompanhou os conceitos de infância e juventude e, conforme a necessidade de cada época, a leitura foi reconfigurada e inserida em diferentes contextos. Atualmente, não apenas, mas em especial os *millennials* (nascidos entre a década de 1980 e 2000) conectam-se ao mundo principalmente via internet, e o fazem quase sempre de forma superficial e imediatista, o que tende a reduzir a participação

[1] Professor Titular da Universidade Federal do Espírito Santo. Integrante do Departamento de Educação, Política e Sociedade (Deps/CE); Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE) e Pós-Graduação em Letras (PPGL). *E-mail*: robson.loureiro@ufes.br.

[2] Mestranda em Educação no Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Bolsista de mestrado da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Graduada em Letras/Português pelo Instituto Federal do Espírito Santo. *E-mail*: taynr.b@gmail.com

da escola, que deixa de ser a principal mediadora das práticas de leitura entre os jovens. Dessa maneira, percebe-se o aumento nas vendas de obras que tratam sobre a vida de *youtubers* e demais influenciadores digitais como Felipe Neto, Luccas Neto e Larissa Manoela, conforme a listagem publicada pelo portal *PublishNews*. De modo geral, essa categoria específica de livros não passa por critérios de análise que levem em consideração a educação literária de qualidade e a formação do leitor, além disso, "[...] sabemos que não se aprende a ler livros difíceis lendo apenas livros fáceis" (COLOMER, 2007, p. 47).

Para comprovar a hegemonia da indústria cultural sobre a produção de livros direcionados a jovens e crianças, no Brasil, basta analisar as obras que ocupam as principais prateleiras das livrarias e as listas dos mais vendidos, no portal *PublishNew*s. Sem muito esforço, é possível verificar que os temas se repetem, como biografias de *youtubers* e *best-sellers* internacionais impulsionados pela divulgação em redes sociais, por *booktokers* ou *booktubers*, que figuram sempre como os mais lidos. Além disso, as obras que possuem maior sucesso mercadológico e alcançam milhões de leitores pertencem, em sua maioria, ao mesmo grupo editorial, encontrando-se no eixo Rio de Janeiro e São Paulo, além de possuírem aspectos visuais e temáticos muito recorrentes no ambiente virtual, sendo palatáveis para todo tipo de público, sem especificação de faixa etária. Características, estas, típicas da indústria da cultura que visa à massificação da produção cultural como um negócio, em busca da "satisfação de necessidades iguais" (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 100).

Nesse sentido, essa pesquisa evidencia a importância de abordar a massificação cultural e sua atuação na formação de leitores a partir das obras mais vendidas pelo mercado editorial. O artigo ainda explora se tais livros consumidos pelos jovens configuram-se, de fato, como literatura capaz de potencializar a humanização do indivíduo, bem como busca compreender a que ponto a literatura de massas pode servir como um instrumento de alienação e industrialização da experiência estética diante de uma obra literária, em que o leitor é impulsionado ao conformismo.

Tendo como preocupação o processo de formação cultural e estética dos sujeitos que consomem os livros mais vendidos é que o presente artigo ancora-se no legado teórico construído pela teoria crítica da sociedade, sobretudo pelos estudos

do Instituto para Pesquisa Social de Frankfurt, a fim de descortinar a influência da indústria cultural e a constituição do processo semiformativo na formação de leitores, com ênfase na análise dos livros infantojuvenis mais vendidos de 2018 e 2019, respectivamente de autoria do *youtuber* Luccas Neto, que constam no topo da lista de livros mais vendidos na seção "infantojuvenil" do portal *PublishNews*, responsável por conteúdos acerca do mercado editorial brasileiro. Sob essas premissas, o presente trabalho analisa o conteúdo das obras **Aventuras da Netoland com Luccas Neto** e **Brincando com Luccas Neto**. Trata-se, portanto, de uma pesquisa de natureza básica, com abordagem qualitativa, de caráter explicativo quanto aos objetivos e com procedimento *bibliográfico-documental* (SEVERINO, 2007).

LIVROS INFANTOJUVENIS MAIS VENDIDOS NO BRASIL ENTRE 2011 E 2021

A literatura voltada para jovens e crianças sempre sofreu com uma indefinição conceitual, seja pela singularidade das características que envolvem seu destinatário; seja pelo vínculo estreito estabelecido com a instituição escolar, cuja preocupação recai sobre a transmissão de conteúdos curriculares, sem tanta relevância para os fatores estéticos (DEBUS, 1996). Além disso, a produção desse gênero esteve condicionada pela concepção de infância que se adotava em cada contexto e pela própria divisão de classes sociais. Mesmo diante dos grandes avanços formais e temáticos do gênero no Brasil, a produção literária para jovens e crianças ainda se molda de acordo com as alterações sociais, históricas e subjetivas, o que pode desfavorecer a qualidade estética dos livros infantis e juvenis. Peter Hunt afirma que "[...] as definições da literatura podem ser convenientemente separadas em características, normas culturais e segundo os usos que os indivíduos dão ao texto" (HUNT, 2010, p. 84), de tal modo, o texto literário infantil e juvenil é genuinamente movediço tanto pelas características delicadas do seu destinatário, quanto pela dependência das circunstâncias que perpassam as culturas.

Marisa Lajolo (1999) assevera que "[...] o jovem, leitor virtual da literatura juvenil, bem como a criança, leitora virtual da literatura infantil, são construções da história. Em face dessa historicidade, não tem sentido atribuir-se universalidade/objetividade, imanência a tais categorias" (LAJOLO,1999, p. 25). Assim, a depender do contexto, as obras literárias são categorizadas de acordo com fatores como o próprio estágio de desenvolvimento – psíquico, biológico – da criança ou do jovem e, por isso, fragmentam-se entre literatura juvenil e literatura infantil. No Brasil, após 1997, com o advento do Programa Nacional Biblioteca na Escola

(PNBE), ocorreu um aumento considerável no número de editoras e marcas culturais dirigidas à criança e ao adolescente, o que deu margem para a consolidação de um mercado editorial legítimo que não necessariamente fosse vinculado às demandas do Estado. A despeito disso, observou-se que os livros foram "[...] oferecidos ao mercado, repartidos em temas distintos, destinados a faixas etárias definidas e realizados segundo técnicas específicas, que se modificam em consonância com o público a que se destina" (ZILBERMAN, 2014, p. 236).

Essa perspectiva mercadológica na produção dos bens culturais e literários, concomitante à ordem capitalista e modernizante em ascensão no Brasil por volta dos anos 1960, sistematizou uma rede composta por autores, editoras, mecanismos de circulação e categorização de um público específico. Desse modo, a literatura, assim como outras esferas da cultura, converteu-se em um produto direcionado a um público-leitor, visto então como um consumidor que tem suas necessidades moldadas pela indústria cultural. Atualmente, os catálogos das editoras e livrarias têm denominado coletânea de textos religiosos e biografias de *youtubers* e atrizes como "literatura infantojuvenil". Tendo em vista que as prioridades temáticas e formais legitimadas pelo mercado podem intervir na produção de narrativas para crianças e jovens, é primordial "[...] compreender como os interesses das editoras têm influenciado o processo de escritura literária e quais as estratégias adotadas para atrair o público alvo almejado" (CRUVINEL, 2011, p. 1). Em uma consulta ao site PublishNews[3], ao verificar as dez primeiras posições na lista dos livros mais vendidos para o público infantil e juvenil, de 2011 a 2021, cinco delas são ocupadas por livros originados no Brasil, sendo quatro de autoria de influenciadores digitais e um de autoria de um sacerdote católico; as demais posições são ocupadas por *best-sellers* internacionais que fizeram sucesso mundialmente e um romance francês.

Respectivamente, os títulos mais vendidos na categoria infantojuvenil, durante dez anos no Brasil, foram: **O pequeno príncipe**, de Antoine de Saint-Exupéry (mais vendido em 2011 e em 2015); **Agapinho**, de Padre Marcelo Rossi; **Diário de um banana 7 – Segurando vela**, de Jeff Kinney; **Quem é você, Alasca?**, de John Green; **O diário de Larissa Manoela**, de Larissa Manoela; **Felipe Neto, a trajetória**

[3] A respeito da metodologia utilizada pelo portal, para listar os mais vendidos, é válido mencionar que o *ranking* considera a soma simples das vendas de um grupo de livrarias bastante conhecidas no Brasil, tais como: Saraiva, Submarino, Travessa, Leitura, Vozes, dentre outras. Dados consultados na página da PublishNews, disponível em: <www.publishnews.com.br/ranking/anual/11/2011/0/0> Acesso em 03/08/2022.

de um dos maiores youtubers do Brasil, de Felipe Neto; **As aventuras na Netoland com Luccas Neto**, de Luccas Neto; **Brincando com Luccas Neto**, de Luccas Neto; **Box Harry Potter**, de J. K. Rowling e, por fim, **Vermelho, branco e sangue azul**, de Casey McQuiston. Portanto, a maior parte dos livros produzidos no Brasil é de autoria de jovens que alcançaram sucesso mediante sua exposição em "mídias" sociais, nas quais "[...] os fãs deixam de ser apenas consumidores passivos e se tornam consumidores ativos daquilo que idolatram" (BEZERRA, SANTOS, 2014. p. 6).

No contexto do mercado editorial, a aposta nos *youtubers* teve início em 2013, com a publicação do livro **Não Faz Sentido!: Por Trás da Câmera**, cuja autoria é de Felipe Neto. Seguidamente, Kéfera Buchmann, Christian Figueiredo, Pc Siqueira, Viih Tube e outros *influencers* também investiram na autoria e produção de livros nos quais pudessem expor suas histórias, carreiras e pautas que gerassem entretenimento aos seus seguidores. No âmbito dos livros mais vendidos para o público infantojuvenil, desde 2015, com os 137.219 exemplares vendidos da obra **Eu fico loko**, do *youtuber* Christian Figueiredo, é reconhecível como os influenciadores digitais dispararam as vendas de suas autobiografias e *best-sellers* atravessados por histórias, brincadeiras e jogos, sendo considerados como literatura pré-adolescente ou *youtuber*. Desde então, a popularidade da produção livresca de *youtubers* cresceu devido a uma série de fatores, tais como a ampliação da cultura digital e seu respectivo incentivo ao consumismo exacerbado, sobretudo quando diz respeito a jovens e adolescentes.

FORMAÇÃO (BILDUNG) E SEMIFORMAÇÃO CULTURAL (HALBBILDUNG)

A teoria marxiana demarca a compreensão da história dos homens como efeito de seu próprio trabalho e objetivações. No âmago das reflexões marxistas, não há categoria humana que exista *a priori*, uma vez que todas elas são consequências do processo ímpar da historicidade. A educação e, consequentemente, a formação cultural, são resultados da intervenção do homem na natureza e na história, sendo expressão da subjetividade humana perante o mundo. Na década de 1920, a filosofia marxista projetou-se para o ambiente acadêmico universitário (ANDERSON, 1976), muito em função dos trabalhos iniciados junto ao Instituto para Pesquisa Social de Frankfurt, caracterizado por um

coletivo interdisciplinar de intelectuais das mais diversas áreas (sociologia, economia, psicologia, filosofia, música, etc.), cujas pesquisas, desde a inauguração (1923), até hoje, tem gerado valiosas reflexões e discussões sobre os entraves na promoção da emancipação dos sujeitos na sociedade capitalista. A maioria dos principais autores (Walter Benjamin,1892-1940; Max Horkheimer, 1895-1973; Theodor W. Adorno, 1903-1969; Herbert Marcuse, 1898-1979; Eric Fromm, 1900-1980, dentre outros) vinculados ao Instituto, orientavam suas pesquisa a partir de uma teoria crítica da sociedade vinculada à teoria marxiana em diálogo com outras tradições filosóficas (idealismo clássico, existencialismo) e sociológicas, bem como com a teoria psicanalítica.

O eixo das reflexões sobre formação cultural que ora se desdobram nesse artigo toma como fundamento as reflexões de Adorno e Horkheimer, na **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos** (1985) e o ensaio **Teoria da Semicultura** (ADORNO, 1996), levando em consideração que ambos interpelam a crise da educação frente à crise cultural diante do nexo entre indústria cultural e semiformação (*Halbbildung*).

Tendo por objeto o esclarecimento, na **Dialética do Esclarecimento** (ADORNO; HORKHEIMER, 1985), fica evidente o processo de racionalização da cultura ocidental no capitalismo avançado, no qual a lógica da indústria e da produção em série inunda a cultura, a arte, a ciência, a organização política, etc. Logo nas primeiras páginas do "capítulo" intitulado *A indústria cultural como mistificação das massas*, os autores tipificam o fenômeno da indústria cultural enquanto um sistema, no qual se encontram o rádio, a televisão, os romances *best-sellers*, o cinema, a música pop, dentre outras manifestações próprias da dimensão simbólica. Aquilo que emerge de tal sistema integra um conjunto de entretenimento submetido ao capital com uma aura dominadora cujo objetivo é minar a subjetividade e a espontaneidade do proletariado, fazendo com que o mesmo se adapte e se integre ao *status quo*. Os autores argumentam que a razão iluminista objetivava a formação de sujeitos livres em uma sociedade livre. Entretanto, o que ocorreu foi a emergência de uma *razão instrumental* articulada à racionalidade irracional das demandas industriais.

> [...] o processo técnico, no qual o sujeito se coisificou após sua eliminação da consciência, está livre da plurivocidade do pensamento mítico bem como de toda significação em geral, porque a própria razão se tornou um mero

> adminículo da aparelhagem econômica que a tudo engloba. Ela é usada como um instrumento universal servindo para a fabricação de todos os demais instrumentos (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 17).

O mundo administrado (pela lógica do capital), ao converter a autonomia em heteronomia[4], estabelece uma promessa ilusória de felicidade com a onipresença de seus bens culturais produzidos em série que penetram os múltiplos aspectos da vida cotidiana. O caráter padronizante e totalitário da indústria cultural torna-se explícito nas listas de filmes e livros mais vendidos, como também nas programações de canais de TV aberta ou, ainda, nas variadas possibilidades de o indivíduo se conectar aos conteúdos dos artefatos culturais por meio dos *apps* de *smartphone*, cujo principal objetivo é perdurar a dependência a todos os setores da produção cultural hegemônica em todo seu "tempo livre", como uma espécie de prolongamento do mundo do trabalho. A indústria torna-se uma referência não somente na escolha do que assistir ou ouvir, mas também no modo de se vestir, comportar-se, divertir-se e se relacionar (ser e estar no mundo) dos consumidores que acreditam na assertiva representatividade manipulada, na qual todas as alternativas são idênticas, vendidas sob a perspectiva de que o mundo continua exatamente como ele é. Para tanto, nas telas do cinema e da televisão, nas músicas e nos demais espetáculos, o consumidor precisa identificar comportamentos triviais e idênticos àqueles experimentados em sua vida cotidiana, pois:

> [...] ao subordinar da mesma maneira todos os setores da produção espiritual a esse fim único – ocupar os sentidos dos homens da saída da fábrica, à noitinha, até a chegada ao relógio do ponto, na manhã seguinte, com o selo da tarefa de que devem se ocupar durante o dia - essa subsunção realiza ironicamente o conceito de cultura unitária que os filósofos da personalidade opunham à massificação (ADORNO, HORKHEIMER, 1985, p. 108).

Os autores consideram que o modo de produção capitalista manipula as necessidades e *reifica* a cultura conferindo o processo de alienação da consciência, cujo arcabouço teórico foi predisposto por Marx, que já detectava a forma como as relações estabelecidas pela sociedade dividida em classes determinava o destino do proletariado. Eles transpõem a crítica marxiana especificamente para o nicho da cultura, ao considerar a indústria cultural como uma perpetuação do *fetichismo da mercadoria* e do dinheiro que interfere na constituição dos indivíduos sob o

[4] Em resumo, a autonomia, para Kant, é uma categoria de avaliação moral que traduz a independência racional ou, também, a maioridade. Por outro lado, a heteronomia no pensamento kantiano é o estado de dependência e submissão às normas impostas.

capitalismo tardio, moldando as formas de objetividade e subjetividade. A cultura industrializada (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 127) produz a *pseudo* individualização e atua como instrumento essencial na reprodução do sistema capitalista. Ela posterga os instintos e desejos para que os homens possam efetuar, de modo repetitivo, todas as funções geradas pelo sistema, sem espaço para a reflexão.

No ensaio **Teoria da semicultura**, Adorno (2005) justifica como a semiformação [*Halbbildung*] aparece na forma de repercussão da experiência formatada, proporcionada pela indústria cultural, questão essencial a Marx quanto à determinação da consciência pela materialidade e, nesse sentido, o filósofo expõe que "[...] a semiformação é o espírito conquistado pelo caráter de fetiche da mercadoria" (ADORNO, 2005, p. 11). No caso específico da educação, Adorno enfatiza que as reformas pedagógicas isoladas não contribuem efetivamente para identificar e transmudar a crise da formação cultural manifestada pela conversão da *Bildung* em *Halbbildung*. A onipresença do espírito alienado ratifica a forma totalizante com que o capital suscita a reificação mercantil da individualidade para "[...] um estado informativo pontual, desconectado, intercambiável e efêmero" (p. 15). De tal modo, as propostas mercadológicas apresentadas tanto pelo empresariado interessado na educação pública, quanto pelos aparatos da indústria cultural visam a construção de um projeto pautado na desqualificação da formação crítica dos sujeitos.

OS LIVROS DO *YOUTUBER* LUCCAS NETO: UMA ANÁLISE SOBRE FORMAÇÃO E SEMIFORMAÇÃO DE LEITORES

Luccas Neto é um jovem empreendedor e *youtuber* brasileiro. Com apenas trinta anos de idade ele administra um dos maiores canais de entretenimento voltado para o público infantil e juvenil: "Luccas *Toon*", que conta com 38,3 mil de inscritos e mais de 21.007.609.644 visualizações no total, segundo a contagem do *YouTube*. O início de sua carreira se deu em 2014, com o canal "*Hater* sincero", no qual Luccas xingava crianças para apostar nesse novo tipo de entretenimento, com posicionamentos agressivos que culminaram em uma condenação pela justiça, em 2016. No mesmo ano, as críticas desenvolvidas por Luccas Neto no canal "*Hater* sincero" foram substituídas por vídeos lúdicos como "Misturei todos os chicletes e

provei" ou "O melhor brinquedo do mundo de R$ 500,00", que trouxeram um tom mais recreativo para suas produções a partir dos temas como testes de brinquedos e degustação de doces, resultando na fama do seu famoso vídeo imitando uma foca ao mergulhar em uma banheira de *Nutella*, responsável pela alcunha de "foquinhas" aos seus fãs.

Luccas Neto ostenta uma pluralidade de produtos para além dos vídeos no *YouTube*. É proprietário da loja virtual "Luccas *Toon*", que conta com camisetas, bonés, jogos, alimentos e até materiais escolares, além do *site* – "Luccas Neto livros" – exclusivo para compra de seus livros, com mais de 18 exemplares autorais do influenciador digital. Em seus vídeos de brincadeiras, Luccas Neto sempre utiliza diversos produtos autorais para criar conteúdos e vender suas mercadorias. Em seu ano de estreia, a webcelebridade alcançou 100 mil inscritos e, desde 2017, aparece nas listas de *youtubers* mais assistidos[5] no Brasil. Ao compreender a demanda de sua produção, no ano de 2018 foi contratada uma equipe de psicólogos e pedagogos para contribuir na realização dos vídeos de Luccas Neto, que passaram a ter um foco educacional. A publicidade, nesse sentido, se adequa às convenções sociais e às formas de educar visando fins lucrativos, cuja finalidade é produzir uma formação dada a priori, engendrada em moldes industriais, o que Adorno chamara de "semiformação socializada" para definir a formação empreendida pelos produtos culturais vulgarizados pela técnica (ADORNO, 1985).

Com o lançamento de seu primeiro livro, **Aventuras na Netoland com Luccas Neto**, em 2018, o youtuber vendeu 54 mil exemplares e ultrapassou o recorde da pré-venda *best-seller Harry Potter*[6] no Brasil. Publicada pelo grupo empresarial Ediouro, **As aventuras na Netoland com Luccas Neto** recebe o selo Pixel, possui 64 páginas e caracteriza-se como um "livrão" devido às dimensões de 30.6 x 22 x 0.6 cm, que lembram o formato de uma revista. No que diz respeito à categorização do livro nas principais livrarias e lojas virtuais do mercado editorial, percebe-se a diversidade de termos ao designar o livro, sendo os mais encontrados: "literatura e ficção"; "atividades em infantil e juvenil"; "jogos em infantil e juvenil"; "livros e kits interativos e de atividades para crianças"; "infanto-juvenil";

[5] No YouTube, seu canal é o quinto maior do mundo em número de inscritos, que geram mais de 13 bilhões de visualizações. Disponível em: <terra.com.br/economia/o-imperio-infantil-construido-por-luccas-neto,db5dfa93f3c5f592a60460febe9c4548z4parf92.html>

[6] Cf. <veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/youtuber-luccas-neto-bate-harry-potter-em-pre-venda-de-livro>

“livros e álbuns”, “livros de colorir e atividades artísticas”, dentre outras[7]. Nenhuma designação está em consonância com aquilo que é proposto pelo selo *Pixel*, que segundo informações da própria Ediouro é responsável pelo segmento de histórias em quadrinhos clássicas ou franquias do universo geek.

Tais discrepâncias na catalogação dessa e de outras obras voltadas para o público jovem e infantil podem ser um reflexo da própria multiplicidade de gêneros textuais que contém em cada livro mais vendido, uma vez que os influenciadores digitais apostam em contar histórias, narrar suas trajetórias, inserir jogos e brincadeiras, como abordar conteúdos “educativos” em seus livros. A despeito desse híbrido diálogo com outras áreas do saber, muito presente em leituras infantis e juvenis, Teresa Colomer reconhece que esse fenômeno ocorre, dentre tantas causas, pela expansão das tecnologias de produção do livro impresso e digital, como também pela dinamização do gosto do público. A autora constata:

> Na atualidade, as livrarias se encontram repletas de livros-brinquedo, livros de bolso, livros para dar de presente, livros baratos, áudio-livros, lindos álbuns, fac-símiles, coleções escolares com exercícios incorporados, livros sem palavras ou cuidadas edições de clássicos. As edições multiplicaram-se e oferecem produtos para funções e bolsos cada vez mais diversificados. Talvez seja uma abundância da qual felicitar-se em uma sociedade de lazer e consumo, mas é evidente que implica um grande problema de orientação (COLOMER, 2007, p. 128).

Na primeira página do exemplar, Luccas Neto se direciona aos responsáveis das crianças para agradecê-los pela confiança em deixar seus filhos consumirem os produtos virtuais e físicos do *youtuber*, uma vez que, segundo ele, “[...] é difícil educar as crianças no mundo em que vivemos, mas saiba que você pode contar comigo para ajudá-lo nessa missão” (NETO, 2018, p.1). Em consonância com a **Teoria da Semicultura**, de Adorno (2005), é possível afirmar que na atualidade os produtos “culturais” incutem valores e padrões de comportamento característicos das instâncias de controle social, com ênfase na adaptação e nivelamento das subjetividades, uma vez que “[...] a semiformação é o espírito conquistado pelo caráter de fetiche da mercadoria” (ADORNO, 2010, p. 25). Nesse sentido, o fato de existir uma equipe de pedagogos e psicólogos na confecção dos livros não quer dizer, necessariamente, que a formação proporcionada pelos produtos de Luccas Neto é voltada para a autonomia e para a experiência autêntica da realidade, uma vez que as inúmeras alusões ao consumismo de seus produtos, presentes n’**As**

[7] Foram consultados os catálogos das lojas Amazon, Submarino, Le Biscuit e Americanas.

aventuras na Netoland com Luccas Neto, reforçam o caráter autoritário da indústria cultural na tentativa de integrar e conduzir atividades que ocupem e aprisionem o tempo livre do público consumidor.

O tom meritocrático permeia a obra do autor, que reitera, em muitos momentos, sobre a possibilidade de realização dos sonhos por meio de esforços individuais. Em determinado momento ele conta com uma composição musical, na qual um dos trechos faz a seguinte sugestão: “Acredite nos seus sonhos, porque com força de vontade você pode chegar onde você quiser” (NETO, 2018, p. 62). A canção ignora a articulação entre a dimensão social e a dimensão individual, ignorando, também, a desigualdade de oportunidades em uma sociedade na qual oito homens têm a mesma riqueza que os 3,6 bilhões mais pobres do mundo, segundo o relatório da Oxfam. Com relação aos conteúdos “educacionais”, o livro corrobora para uma visão utilitarista de leitura, ao tratá-la apenas como um hábito que amplia o vocabulário, a memória, e alça voos para a imaginação (NETO, 2018, p. 57). A ênfase, aqui, recai no aspecto meramente informativo e pedagógico, e negligencia qualquer perspectiva de *formação humana* do leitor diante da obra literária.

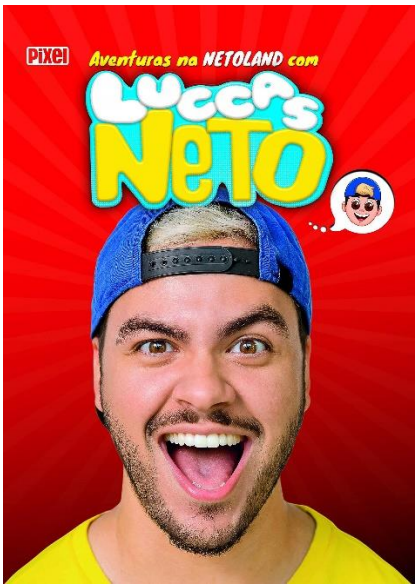
Sempre vinculadas ao compromisso de ensinar e complementar o trabalho escolar, as obras produzidas para jovens e crianças ainda encontram desafios para superar o discurso utilitário que se sobressai à estética, à fruição e à experiência do leitor, que se encontra num espaço entre lazer e escola ao não esbarrar com obras que ampliem seus horizontes. Em seu ensaio **O direito à literatura** (1988), Antônio Candido disserta sobre o caráter humanizador da literatura e sua capacidade de colocar em evidência a complexidade do mundo e desenvolver traços como o humor, a inteligência, etc. Contra o pedagogismo que assola os textos literários e a própria visão da equipe pedagógica de Luccas Neto sobre a leitura, o teórico ratifica que:

> A literatura pode formar, mas não segundo a pedagogia oficial, que costuma vê-la ideologicamente como um veículo da tríade famosa, - o Verdadeiro, o Bom, o Belo, definidos conforme os interesses dos grupos dominantes, para reforço da sua concepção de vida. Longe de ser um apêndice da instrução moral e cívica (esta apoteose matreira do óbvio, novamente em grande voga), ela age com o impacto indiscriminado da própria vida e educa como ela, com altos e baixos, luzes e sombras (CANDIDO, 1972, p. 805).

O *youtuber* discorre sobre o respeito às diferenças, ao afirmar que "[...] não existe brinquedo de menina ou menino" (NETO, 2018, p. 25), pois o mais importante é se divertir. Em outra seção do livro (NETO, 2018, p. 25), há um desafio denominado "o espelho", no qual um amigo de Luccas, cadeirante, joga basquete e possui uma excelente mira. Nessa direção, o livro defende o discurso de que "ser diferente é normal" e, portanto, todos merecem ser tratados da mesma forma. Contudo, a concepção histórica de igualdade é uma das grandes promessas da modernidade, descrita logo no primeiro artigo da *Declaração dos Direitos Humanos* (1789) – "[...] os homens nascem e permanecem livres e iguais em seus direitos". Entretanto, a noção de igualdade não demanda um tratamento idêntico a todos, em quaisquer que sejam as circunstâncias, uma vez que os segmentos que vivenciam diferentes condições de opressão precisam, necessariamente, de ações particulares que atendam suas reivindicações. Há um contraste entre "igualdade" e "diferença" que na obra se mostra evidente, ao passo que o autor sugere a possibilidade de eliminar as desigualdades e as diferenças, uma vez que todos merecem ser tratados da mesma forma.

Concomitante ao direito à igualdade, ergue-se o direito à diferença como algo fundamental, uma vez que "[...] a proibição da exclusão, em si mesma, não resulta automaticamente na inclusão" (PIOVESAN, 2009, p. 5). A ausência de uma reflexão mais ampla e responsável sobre o respeito às diferenças superficializa o tratamento à causa tanto das pessoas com deficiência, quanto de outras minorias historicamente marginalizadas. Não há, na obra, uma discussão a respeito dos conceitos de justiça social e garantia dos direitos humanos, sequer sobre a emancipação humana, o que elucida, mais uma vez, que o conteúdo considerado educativo na obra de Luccas Neto contribui para um processo formativo que gera alienação em relação à realidade social que envolve o sujeito leitor. A característica unidimensional da semiformação atua como um mecanismo de adestramento para que a classe trabalhadora não tenha condições de se desenvolver subjetivamente de modo crítico. Em razão disso, são oferecidos produtos que simulam um modelo ideal de vida, como proclama o frankfurtiano: "[...] eis aqui o terrível mundo dos modelos ideais de uma vida saudável, dando aos homens uma imagem falsa do que seja a vida de verdade" (ADORNO, 2010, p. 84).

Figura 1 — Capa de *As aventuras na Netoland com Luccas Neto*



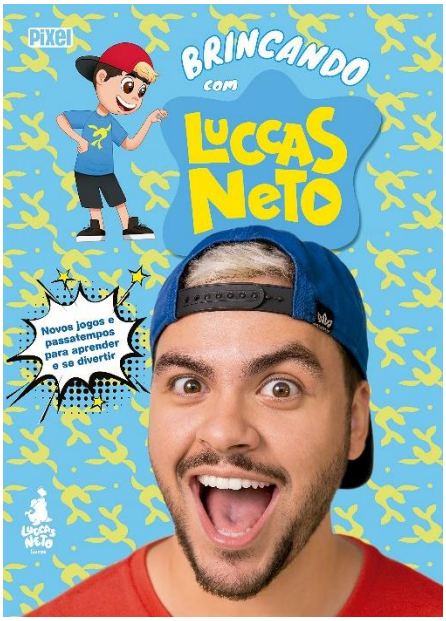
Fonte: Neto (2018)

Além de citar marcas ao longo do enredo da obra, como *Nutella* e *Disney*, Luccas Neto também direciona os fãs ao seu canal no *YouTube* através de um *QR Code*, no qual é possível assistir a um vídeo em que o *youtuber* escreve cinco sonhos em um papel e os insere em uma garrafa para enterrá-la para, posteriormente, após o período de um ano, conferir aqueles que foram realizados. O vídeo é exclusivo para consumidores do seu livro e, dentre os sonhos listados, estão: ter 20 milhões de inscritos ou conhecer a Moana e a Elza (personagens femininas de filmes da *Disney*). Nota-se que, além de consumir o livrão assinado pelo *youtuber* e que está "na moda", os fãs de Luccas Neto também estão sujeitos a consumir outros produtos por ele mencionados, além da imagem e estilo daquele que interage virtualmente com eles.

Brincando com Luccas Neto, de 64 páginas, é o segundo lançamento editorial do *youtuber* e segue a mesma fórmula do livro anterior. Neste exemplar, o foco é oferecer dicas de passeios, passatempos e brincadeiras para os leitores, tais como: banho de mangueira no quintal, visita ao zoológico, prática de esportes, teatro de dedoches, etc. Nesse sentido, o livro não possui um enredo ou uma sequência lógica de narração dos fatos, como no livro anterior, em que havia a descrição de um sonho; **Brincando com Luccas Neto** é, em linhas gerais, um compilado de 29 dicas e desafios que não exigem reflexões duradouras e contradizem aquilo que o *youtuber* oferece aos seus seguidores. Desta vez, o *youtuber* não se apresenta para os pais e responsáveis de seus fãs na primeira

página, mas, sim, aos “amigos” e, de início, já conclama para que os leitores se inscrevam em seu canal do YouTube.

Figura 2: Capa de *Brincando com Luccas Neto*



Fonte: Neto (2019)

Em mais uma seção, Luccas Neto aborda arte e cultura de modo utilitário e didatizante, ao descrever o cinema infantil como responsáveis por trazer uma “mensagem bacana ao final da história” (NETO, 2019, p. 43). Mais uma vez, como em **As aventuras na Netoland com Luccas Neto**, a arte é esvaziada no exemplar da webcelebridade, sendo vista apenas como instrumento para entregar lições de moral, cidadania, ecologia, etc. Tais temas podem ser evidenciados na arte, na literatura ou no cinema, como aparecem na vida. Entretanto, reduzir o aspecto estético do objeto cultural para priorizar o aspecto didático é uma tentativa de neutralizar a arte e ignorar seu caráter crítico de interferência na humanização do sujeito. A produção artística não possui um fim em si mesma, mas é construída a partir da esfera cultural e social em que os sujeitos estão inseridos: “[...] nenhuma obra de arte autêntica e nenhuma filosofia verdadeira jamais esgotaram seu sentido em si mesmas, em seu ser em si, sempre estiveram relacionadas ao processo vital real da sociedade, da qual se separam (ADORNO, 2002, p. 49).

A tentativa de abordar a questão da diversidade continua sendo realizada de modo superficial, quando o *youtuber* declara que “[...] lidar com o diferente é muito bom, pois nos ensina a respeitar o próximo” (NETO, 2019, p. 50), sem discorrer de forma consciente e responsável sobre o tema. A consciência reificada não permite

que os conceitos de igualdade, verdade e justiça sejam verdadeiramente e humanamente discutidos, pois isso não interessa aos grandes conglomerados editoriais, comprometidos com a lógica reprodutivista do sistema capitalista de produção, que objetivam suprimir as subjetividades e reforçar a semiformação, manifestada na onipresença do conformismo e do caráter mercadológico de todos os bens culturais que foram indivíduos na sociedade contemporânea. Vale lembrar que a semiformação, nesse caso, significa uma ausência de formação ou, ainda, uma formação que não se completa, mas sim uma formação danificada que passa a impressão de ser absoluta. Assim, o simples fato de citar a questão da igualdade já parece o suficiente, de acordo com a equipe de Luccas Neto, para se caracterizar como conteúdo educacional.

Além disso, o exemplar se assemelha muito com a extensão do canal de Luccas Neto. Basta lembrar que logo na primeira página o *youtuber* solicita que seus leitores se inscrevam no canal, exibindo um desenho que se parece com suas características físicas e suas vestimentas. Na seção intitulada “Ser *youtuber* por um dia”, Luccas Neto (2018, p. 52) dá dicas para gravar um bom vídeo. Adorno e Horkheimer observam que “[...] a vida no capitalismo tardio é um contínuo rito de iniciação” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985 p. 127). No caso específico do trecho deste último trecho do livro do influenciador digital, nota-se que a racionalidade e a fetichização da técnica visam destroçar o particular para que seus seguidores sigam o mesmo caminho. O leitor de um exemplar como este acredita que, ao consumir produtos de *youtubers* de sucesso, se tornará um indivíduo mais esclarecido e ciente das possibilidades de crescimento via *internet*. No entanto, as dicas de Luccas Neto como “ter uma roupa bonita”, “uma câmera de qualidade” ou “um cenário bonito” não são tão acessíveis e, portanto, não passam de uma espécie de vitrine.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mediante a análise e discussão das obras do *youtuber* Luccas Neto, evidenciou-se que sua forma e conteúdo reforçam a atualidade da tese de Adorno e Horkheimer (1985) acerca da indústria cultural ao apresentar discussões que reforçam a ideologia dominante e expandem a lógica neoliberal sobre a cultura a partir da reprodução de produtos padronizados e imediatistas que visam a seduzir

consumidores classificados como passivos pelas grandes editoras. Alfredo Saad Filho, em seu artigo **Neoliberalismo: uma análise marxista**, compreende que: "[...] neoliberalismo redefiniu a relação entre a economia, o Estado, a sociedade e os indivíduos, incentivando os últimos a dar a suas vidas uma forma empreendedora e subordinando o intercâmbio social a critérios econômicos" (SAAD FILHO, 2015, p. 67). Para o neoliberalismo, a liberdade das grandes organizações é primordial, sobretudo quando destituída do caráter político democrático proposto pelo liberalismo clássico. A fragmentação da ideologia neoliberal ministra um discurso pautado em noções como "liberdade individual" e "concorrência" que geram uma individualização na qual os indivíduos isolados devem se autorresponsabilizar por seu sucesso ou fracasso, além de propor que a resolução para os problemas sociais é a financeirização do intercurso social (SAAD FILHO, 2015).

É disseminado o ideal de liberdade de escolha a cada lançamento de produtos com a assinatura de Luccas Neto quando, na verdade, só há uma possibilidade, dado que **As aventuras na Netoland com Luccas Neto** e **Brincando com Luccas Neto** parecem seguir a mesma fórmula de autobiografia com curiosidades de diferentes áreas do conhecimento, jogos, *cards*, brincadeiras e desafios de teor (supostamente) educativo, elaborados com o auxílio de uma equipe de pedagogos contratados por Luccas Neto, o que reforça a crítica adorniana de que todos os artefatos produzidos pela indústria cultural não passam de um negócio padronizado, pois "[...] a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança" (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 113).

Os livros de Luccas Neto são um mesmo produto, embora estejam embalados de maneira aparentemente diferente: são produções fortemente parecidas com revistas permeadas por jogos, curiosidades sobre a vida pessoal dos autores, fotos que ostentam casas luxuosas e demais produtos que não estão ao alcance de grande parte da classe trabalhadora. Pode-se afirmar que a quantidade de jogos (como ligue-ligue, jogo dos erros, labirinto, pinta-pontos, jogo da memória, o encaixe, *paper toys*, entre outros) se sobressai à quantidade de textos nas obras do *youtubers*, o que abre a possibilidade de considerá-las livros-objeto ou livros-jogo, uma vez que não favorecem a efetiva formação leitora e abrem maior espaço para o espetáculo do consumismo. Percebe-se, portanto, que as narrativas dos livros analisados no período citado não oferecem aspectos que ampliem a experiência

literária, como a familiaridade com outros gêneros, não oferecem aspectos que contribuam para a capacidade de construir sentidos e novos horizontes sobre a realidade na qual o leitor está inserido, não transportam o jovem no tempo e no espaço ensinando-o a penetrar em realidades desconhecidas ou até mesmo a interpretar sua própria cultura.

Em uma sociedade mediada por telas, considerada individualista, na qual "[...] a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia" (DEBORD, 1997. p. 18), a imagem e a possível proximidade com os *youtubers* oferecem entretenimento, sentimento de pertencimento e possibilidade de unificação, uma vez que as relações mediadas por símbolos e o acúmulo de espetáculos formam um padrão comportamental. Os novos arranjos de produção dos textos destinados ao público infantil e juvenil, atravessados pela racionalidade técnica característica da indústria cultural, atribuem à produção editorial um caráter genérico que reduz a parcela humanizadora do texto literário às condições que simbolizam seus próprios interesses do mundo industrial moderno. Loureiro e Della Fonte, ao empreenderem uma análise sobre os estudos dos autores Adorno e Horkheimer, afirmam (2003, p. 51) que a indústria cultural "[...] impõe um determinado modelo de formação humana, baseado na regressão dos sentidos, resignação do pensamento, repetição e homogeneização dos indivíduos; enfim, uma formação danificada" (LOUREIRO; DELLA FONTE, 2003, p. 51).

Os dados sobre produção de livros infantojuvenis no Brasil nos últimos dez anos, especificamente entre 2018 e 2019, como retratado no presente estudo, propiciam um prognóstico a respeito da continuidade da virtualidade nos livros mais vendidos para crianças e jovens: progressivo aumento no número de títulos e de exemplares de influenciadores digitais, expansão de obras que foram adaptadas para o cinema ou para séries de *streaming*, repetição de autores e de padrões estéticos como diagramação, capas, títulos, etc., além do barateamento do preço das obras. Diante desse contexto de constante assédio dos produtos moldados à luz da indústria cultural, enfatiza-se a relevância da socialização das formas mais desenvolvidas de conhecimento, como a leitura dos clássicos, em prol da ampliação dos níveis cada vez mais elevados da concepção de mundo de cada sujeito.

Reiteramos nossa preocupação com o significativo consumo das mercadorias fetichizadas (cf. LOUREIRO; RAMALHETE; STEN, 2020)[8] que têm sido denominadas de literatura de entretenimento, uma vez que elas não se caracterizam como um saber clássico e sistematizado e, portanto, não instituem em cada sujeito a humanidade produzida histórica e coletivamente pelo conjunto de homens e mulheres (SAVIANI, 1991). Consentimos com a afirmativa de Adorno de que as reformas pedagógicas isoladas não contribuem efetivamente para identificar e transmudar a crise da formação cultural manifestada pela conversão da *Bildung* em *Halbbildung*, pois há uma onipresença do espírito alienado em todas as esferas da vida, "[...] um estado informativo pontual" (ADORNO, 2005, p. 15). Diante dos inúmeros atropelos aqui apresentados para a efetivação de uma conscientização que oriente o leitor de literatura infanojuvenil no mundo, é evidente que a educação, embora seja um local privilegiado para o acesso ao conhecimento sistematizado e contribua para o exercício da humanização, não resolverá os conflitos e as desigualdades de classe, gênero e raça que produzem as mazelas sociais cotidianamente neste país.

Não obstante, aqui jaz a aposta na escola como a instituição *par excellence* que pode apresentar a literatura clássica para os leitores de obras de Luccas Neto e demais influenciadores, estando, assim, na contramão do constante assédio da indústria da cultura. A escola permite que o educando vá além da cotidianidade alienada. Desse modo, tomamos como ponto de partida a densidade teórica da definição de clássico para a PHC[9] e corroboramos com a ideia de que a literatura e leitura dos clássicos são uma forma de conhecimento capaz de contribuir para a humanização dos sujeitos, uma vez que "[...] o contato com o clássico aguça o nosso sentido de humanidade, pois nos permite ter referências da constituição das individualidades e da coletividade; enfim, é clássico aquilo que é mais essencial para a liberdade do ser humano" (DELLA FONTE; MARSIGLIA, 2016, p. 24).

[8] Cf. Os livros mais vendidos: literatura juvenil e experiência estética. Disponível em: periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/2175-795X.2020.e67027

[9] Para a Pedagogia Histórico-Crítica (PHC), o clássico é uma obra que perdura no tempo e contribui para o desenvolvimento do gênero humano, apresentando ao leitor o que há de mais evoluído em termos de conhecimentos filosóficos, artísticos, científicos, etc. O clássico, portanto, diferencia-se do cânone. Saviani reitera que "o clássico é aquilo que se firmou como fundamental, como essencial" (SAVIANI, 1991, p. 14).

ABSTRACT: This article presents the best-selling children's books for ten years in Brazil, according to data published by the PublishNews portal. Based on the contribution of Adorno and Horkheimer, it resorts to the concepts of cultural industry and semi-education, choosing as an analytical corpus two books circumscribed in the "children's" category of the 2018 and 2019 bestseller list of the PublishNews portal, namely: **As adventures in Netoland with Luccas Neto** and**Playing with Luccas Neto** . It argues that the works in question are an instrument of alienation and industrialization of the aesthetic experience, ignores studies in the field of children's and youth literature (Zilberman, Lajolo, Hunt) and the discussions inherent to the humanization (Candido, Saviani) of the reader in the face of reading by through content based on encouraging mere consumerism. It concludes that the youtuber's books do not offer aspects that broaden the literary experience and human formation.

Keywords: Cultural Industry. Semiformation. Youtuber. Children's literature. Youth Literature.

Referências

ADORNO, Theodor W. Teoria da semiformação. In: PUCCI, Bruno; ZUIN, Antonio Álvaro Soares; LASTÓRIA, Luiz Antonio Calmon Nabuco (Orgs.). **Teoria crítica e inconformismo**: novas perspectivas de pesquisa. Campinas: Autores Associados, 2010. p. 7-40.

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. Trad. Julia Elisabeth Levy [et al.]. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ADORNO, T. W. **Educação e emancipação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução de Guido Antonio de Almeida, Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1985.

BEZERRA, Larissa Layane; SANTOS, Ronaldo Bispo dos. Um Estudo Sobre Vlogs e Sua Influência na Cultura Participativa. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste** – João Pessoa – PB. 2014.

CANDIDO, Antonio. A literatura e a formação do homem. **Ciência e cultura**. São Paulo, v. 24, n. 9, p. 803-809, set. 1972.

COLOMER, Teresa. **Andar entre livros: a leitura literária na escola**. Tradução de Laura Sandroni, São Paulo: Global, 2007.

CRUVINEL, Larissa Warzocha Fernandes. Série Vagalume: a literatura juvenil e as confluências do mercado. **I SILEL–Simpósio Nacional e Internacional de Letras e Linguística**, v. 1, p. 01-10, 2011.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEBUS, Eliane Santana Dias. **Entre vozes e leituras**: a recepção da literatura infantil e juvenil. Florianópolis: UFSC, 1996. (Dissertação de Mestrado)

HUNT, Peter. **Crítica, teoria e literatura infantil**. Trad. Cid Knipel. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

IOP, Elisandra. Formação cultural, semicultura e indústria cultural: contribuições de Adorno sobre a emancipação. **Revista Espaço Pedagógico**, v. 16, n. 2, p. 20-33, jul./dez. 2009.

LAJOLO, Marisa. **Do mundo da leitura para a leitura do mundo**. São Paulo: Ática, 1999.

LOUREIRO, Robson; RAMALHETE, Mariana P.; STEN, Samira da Costa. Os livros mais vendidos: literatura juvenil e experiência estética. **Revista Perspectiva**, v. 8(1), p. 1-21, 2020. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/2175-795X.2020.e67027. Acesso em 24 mai. 2023.

LOUREIRO, Robson; DELLA FONTE, Sandra Soares. **Indústria cultural e educação em "tempos pós-modernos"**. Campinas: Papirus, 2003.

MARSIGLIA, Ana Carolina Galvão; DELLA FONTE, Sandra Soares. A educação escolar e os clássicos literários: considerações a partir da pedagogia histórico-crítica e da psicologia histórico-cultural. **Revista Brasileira de Alfabetização**, Vitória, vol 1, n. 04, pp. 19-34, jul/dez.2016.
NETO, Luccas. **As aventuras na Netoland com Luccas Neto**. Rio de Janeiro: Pixel, 2018.

NETO, Luccas. **Brincando com Luccas Neto**. Rio de Janeiro: Pixel, 2019.

PIOVESAN, Flávia. Igualdade, diferença e direitos humanos. In: Leite, George Salomão Leite; Sarlet, Ingo Wolfgang (Coord.). Direitos fundamentais e estado constitucional: estudos em homenagem a J. J. Gomes Canotilho. São Paulo: **Revistas do Tribunais**, 2009.

SAAD FILHO, Alfredo. Neoliberalismo: uma análise marxista. **Marx e o marxismo - Revista do NIEP-Marx**, v. 3, n. 4, p. 58-72, 2015.

SAVIANI, D. **Pedagogia histórico-crítica**: primeiras aproximações. São Paulo: Cortez; Autores Associados, 1991.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2016.

ZILBERMAN, Regina. **Leituras brasileiras para crianças e jovens**: entre o leitor, a escola e o mercado. Gragoatá, Niterói, n. 37, p. 221-238,2. sem. 2014.

Artigo recebido no 1º semestre de 2022.
Artigo aceito no 2º semestre de 2022