

Produção e compartilhamento de memes de literatura nas redes sociais

Abinalio Ubiratan Subrinhoⁱ

Elizabeth Gonzaga de Limaⁱⁱ

RESUMO

Este estudo se debruça sobre questões relacionadas as reverberações da hibridização da literatura para/na internet. Objetivando refletir sobre a construção e compartilhamento de *memes*, criados a partir de referências literárias, na condição de elemento de aproximação entre os leitores-usuários e a literatura *on* e *offline*. Nesta investigação compreendemos os *memes* de internet enquanto produto da cibercultura (LÉVY, 2011), produzidos a partir de um processo de apropriação e mixagem (BORRIAUD, 2009), quanto a subcategoria *memes* de literatura, descrevemos arquivos elaborados a partir de temas, obras e autores circunscritos no campo do literário. Com o desenvolvimento da pesquisa ficou evidente a diversidade de memes de literatura, e a existência de um crescente número de internautas obstinados a promover o encontro entre leitores e narrativas.

Palavras-chave: Produtos influenciados pela literatura; *Memes*; Mediação leitora on-line; Lítera Brasil.

ABSTRACT

This study focuses on issues related to the reverberations of the hybridization of literature to/on the internet. Aiming to reflect on the construction and sharing of memes, created from literary references, as an element of approximation between readers-users and on and offline literature. In this investigation we understand internet memes as a product of cyberculture (LÉVY, 2011), produced from a process of appropriation and mixing (BORRIAUD, 2009), as for the subcategory memes of literature, we describe files elaborated from themes, works and authors limited to the literary field. With the development of the research, the diversity of memes in literature became evident, and the existence of a growing number of internet users determined to promote the encounter between readers and narratives.

ⁱⁱ Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Doutorando em Estudos de Linguagens (PPGEL/UNEB), Mestre em Educação e Diversidade (MPED/UNEB). Professor no Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias (DCHT16).

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5361-3965> | ubiratansobrinho80@gmail.com

ⁱⁱ Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Doutorado em Teoria e História Literária (UNICAMP). Pós-doutoramento no Programa de Literatura, Cultura e Contemporaneidade da PUC-Rio. Professora Titular do Programa de Pós-Graduação de Estudo de Linguagens e do Curso de Letras Vernáculas (DCH1).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3877-3776>

Keywords: Products influenced by literature; Memes; Online reader mediation; Litera Brazil.

INTRODUÇÃO

Desde a segunda metade do século XX, e com maior ênfase nas três últimas décadas, acompanhamos o vertiginoso aperfeiçoamento e a ampliação do alcance dos meios de comunicação de massa, sublinhando a potencialização deste processo a partir do advento da Web 2.0, engenho que conferiu a internet o status de grande incubadora de mídias, possibilitando entre outras afetações socioculturais a emergência de novos meios/modos de se relacionar interpessoalmente, de consumir informações e de produzir conhecimentos. Com o crescimento do fenômeno midiático, de maneira simbiótica, amplifica-se também o campo de estudo de mídias, bem como ele passa a ser alçado a objeto de estudo, com maior recorrência, por outros campos do conhecimento a exemplo da antropologia, da filosofia, da educação e das artes.

Nesta esteira, o pesquisador Stig Hjarvard toma emprestado do campo da sociologia o conceito de Instituição(ões), a fim de refletir sobre a atuação das mídias nos diversos espectros da sociedade. Em linhas gerais, para Hjarvard (2014), após os processos de globalização, que permitiu aos sujeitos conexões em rede, as mídias, assim como a família, a política, a religião, a educação e as artes, se converteram em instituição social, cuja atuação interfere diretamente nas estruturas das demais organizações, assim como as próprias mídias sofrem transformações por ocasião da ação de outras instituições; a esse movimento recíproco o autor denominou de *mediatização*. Um exemplo que ilustra essa relação de intervenção mútua pode-se verificar no perene diálogo, cada vez menos fronteiro estabelecido, entre as mídias e o campo das artes, das linguagens artísticas. Neste estudo, dialogaremos sobre algumas das interfaces contemporâneas desta convergência (JENKINS, 2006) entre as duas instituições, desveladas nas tensões e inovações resultantes das trocas estabelecidas entre literatura e internet.

Estudos como os de Figueiredo (2007) e Santaella (2014) evidenciam as faces camaleônicas da literatura ao se hibridizar e estabelecer diálogos com múltiplas mídias além do livro e com outras linguagens artísticas, processo que já ocorria anterior ao advento da internet: a literatura oral que traspôs-se para mídia impressa, e a partir desta passou a influenciar e ser influenciada por uma série de suportes, produções e produtos midiáticos, fotografia, rádio, cinema, TV, entre outros. Logo, a novidade não reside no deslizar de obras de um suporte para o outro, mas na insurgência e consolidação de uma literatura produzida em específico para consumo exclusivo nas telas, a literatura digital, textos e também projetos audiovisuais que contribuem na difusão e consumo das obras literárias on-line.

De modo mais específico, neste estudo compreendemos por Literatura Digital a “obra literária feita especialmente para mídias digitais, impossível de ser publicada em papel” (Digi-Brasil), nas quais, mesmo podendo apresentar diversas semioses, a palavra, escrita ou em áudio, segue na qualidade de principal matéria-prima do texto, como se pode evidenciar ao ler um net-poema ou ler-escrever uma prosa interativa. Quanto ao conceito de Produtos, que influenciam o consumo literária nas redes, reúnem-se nesse segmento uma série de experiências que mobilizam diversos artefatos: gêneros não-literários, aplicativos, perfis em redes sociais e demais plataformas a fim de aproximar o leitor da arte da palavra, como ocorre com e por intermédio dos *Memes*, Podcasts (Podbooks), Booktubers, Booktokers e outros.

Com centenas de milhares de textos, subdivididos em dezenas de novos gêneros, sedimentados em diversos sítios, plataformas e redes, o leitor, mesmo este nato digital que, conforme evidenciado pelos estudos de Lévy (2011), Santaella (2004), Wolf (2019) trafegam com maior primazia entre os hipertextos e narrativas multimodais, encontra dificuldades para eleger e realizar leituras mais reflexivas. Isso se dá, entre outras causas, em decorrência do próprio funcionamento das redes, demandando cada vez mais agilidade e concisão, reflexo da nova relação sujeitos-espaco-tempo, bem como por conta da disputa por espaço entre as distintas textualidades. Em função disso, tem crescido, primordialmente no que tange a leitura literária na rede, o número de sujeitos e plataformas que se valem de uma série de estratégias a fim de aproximarem os leitores do texto, uma espécie de curadoria, nesse bojo estão os BookTubers, InstaBooks e demais

Influenciadores Digitais do livro e da leitura. Sobre essa relação curadoria, indicação de leituras *on-line*, Poletto e Arendt discutem:

O leitor do mundo virtual procura ganhar tempo, pois suas leituras devem ter alguma “intenção” (ser úteis para alguma coisa – nada mais coerente no mundo de hoje), então, textos já indicados por outros leitores, textos de fácil acesso e informações que estejam em voga são os mais procurados. (POLETTTO; ARENDT, 2014, p. 34)

Neste estudo discutiremos uma dessas experiências, a insurgência de novas estratégias de mediação e fomento ao livro e a leitura a partir dos usos *Memes*, de modo mais específico os *memes* criados a partir da influência de obras, autores e demais elementos do universo literário. Objetivamos com este estudo refletir sobre a emergência de novos produtos digitais, a partir da perspectiva da criação dos *memes* de literatura e dos seus usos na formação e suplementação das práticas de leitura. Para tanto, nos fiaremos a métodos mistos oriundos dos campos das pesquisas bibliográficas (SALVADOR, 1986) e da insurgente netnografia, prática de investigação que consiste na “pesquisa observacional participante baseada em trabalho de campo online. Ela usa comunicações mediada por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal” (KOZINETTS, 2014, p. 61-62), utilizando a observação/imersão nos ambientes digitais e a entrevista enquanto instrumento de construção de dados, e os prints e respostas concedidas pelos entrevistados por objeto de análise.

O percurso metodológico foi dividido nas seguintes etapas: revisão de literatura, reunindo discussões teóricas oriundas dos estudos literários e de mídias; busca de fanpages e comunidades nas redes sociais Facebook (Face) e Instagram (IG), utilizando por filtro de seleção o termo Literatura, o que culminou na identificação de centenas de páginas, logo, com intuito de refinar os dados adotou-se enquanto processo de inclusão/exclusão das páginas para composição do *corpus* os seguintes critérios: 1) páginas com maior número de seguidores, 2) que dispusessem de perfil ativo em ambas as redes, Face e IG, e 3) que elas próprias gerassem, adaptassem a maioria dos memes disponíveis em suas páginas. Ao refinarmos, a buscas a partir dos critérios elencados, chegamos até a página Lítera Brasil/Lítera Vestiba, selecionamos alguns dos seus memes, depositados na página entre os anos de 2014 e 2017, adjunto a isso realizamos uma entrevista semiestruturada com os internautas gestores da Lítera. Os achados da pesquisa

foram refletidos à luz dos estudos de Martins (2006), Schollhammer (2011), Rangel (2014), entre outros.

1. MEME É COISA SÉRIA! DIZEM-ME ALGUNS...

Os conceitos basilares para o entendimento do que seja um meme, inclusive a etimologia do termo, de como um determinado signo, um comportamento ou uma prática se transforma num fenômeno memético, também de qual maneira os efeitos das repetições e replicações intervêm e constroem culturas encontram seus primeiros registros nos estudos de Dawkins (2007 [1976]), em *O Gene Egoísta*. Nessa obra seminal, o estudioso se debruça sobre as teses darwinianas ratificando o evolucionismo enquanto condição complexa e asseguradora da existência dos seres vivos sublinhando o egoísmo dos genes, fator que, segundo Dawkins (2007) corrobora para construção de máquinas de sobrevivência, superfícies que favorecem a perpetuação dos genes mais fortes e a consequente, e já conhecida, manutenção do processo seleção natural.

O que toda essa especulação de cunho biogenético tem a ver com os áudios e as imagens, estáticas ou em movimento, compartilhadas a exaustão nas redes sociais? Num dos fios que compõe a vasta teia que é *O Gene Egoísta*, Dawkins transcende as discussões genéticas e adentra ao campo da cultura, o autor reúne uma série de explicações e reflexões para evidenciar a reprodução cultural enquanto fenômeno análogo ao que ocorre com a replicação genética. Para o autor as narrativas, as práticas, as regras, os rituais, os valores, os vocabulários, os saberes e fazeres não são retransmitidos por um gene biológico, porém por uma espécie de “gene cultural”, o qual o pesquisador denominou de *meme*:

O novo caldo é o caldo da cultura humana. Precisamos de um nome para o novo replicador, um nome que transmita a ideia de uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação. ‘Mimeme’ provém de uma raiz grega adequada, mas eu procuro uma palavra mais curta que soe mais ou menos como ‘gene’. Espero que meus amigos classicistas me perdoem se abreviar mimeme para meme. Se isso servir de consolo, podemos pensar, alternativamente, que a palavra ‘meme’ guarda relação com ‘memória’, ou com a palavra francesa *même*. Devemos pronunciá-la de forma a rimar com ‘creme’. (DAWKINS, 2007, p. 330)

Nesse sentido, e em linhas gerais, para Dawkins um *meme* é uma espécie de “ideia” (DAWKINS, 2007, p. 218) que se aloja no cérebro e vai sendo retransmitida de pessoa a pessoa, em encontrando um cérebro fértil, germina e produz hábitos e práticas mais propensas a reprodutibilidade e, por consequência, a maior durabilidade. Seguindo esse entendimento, Toledo dialoga que “toda a cultura, todos os comportamentos sociais, todas as ideias e teorias, todo comportamento não geneticamente determinado, tudo que uma pessoa é capaz de imitar ou aprender com uma outra pessoa é um meme” (TOLEDO, 2009, p. 151). Com tais discussões Dawkins se torna o precursor da memética, ciência ou pseudociência¹ que detém por objeto/fenômeno a replicação de práticas que engrossam o “caldo da cultura humana”.

Nas últimas décadas, alguns pressupostos dawkinianos foram tomados de empréstimo e incorporados aos estudos de mídia, principalmente no que se relaciona ao funcionamento dos *weblogs* e aos comportamentos que os internautas assumem nas redes. Fundamentos que auxiliam no entendimento dos fluxos informacionais, na propagação de conteúdo, na verificação do teor de atratividade e de permanência que uma determinada informação ou arquivo possa obter na rede, entre outras questões. Essa “memética emergente” igualmente complexa, efeito colateral da cibercultura (LÉVY, 1999), encontra nas telas e nos percursos dos usuários sua nova dinâmica de replicação. Nesse sentido, Recuero (2009) discute o dinamismo da *web* como motor potencializador das informações (discursos), as quais alcançam mais pessoas e de modo concomitante, por intermédio dos mais distintos recursos, como os jogos, os sons e as imagens.

Os memes encontram solo fértil na comunicação nos ambientes da internet, principalmente nas trocas participativas que acontecem nas comunidades, *fanpages*, e em grupos no *Instagram*, no *Facebook*, *Twitter* ou no *WhatsApp*. Espaços nos quais os *memes* comumente se apresentam em formato de áudios, figurinhas, *GIFS*, vídeos ou, em sua formatação mais recorrente, imagens estáticas; fotografias originais ou produzidas por meio capturas de telas (*prints*), com algumas intervenções escritas que aludem cenas, falas, situações em que os discursos são replicados vertiginosamente, configurando-se como um *meme*.

Para que o usuário consiga reconhecer o meme, o diferindo de outros tipos artefato, é necessário que o arquivo seja produto de adaptações, constituídas a partir de releituras ou fruto da relação de intertextualidade ou de interdiscursividade com situações

e quadros presentes na internet ou em outras mídias, cuja referência a “obra seminal” obtenha relevo a ponto de grupos de internautas reconhecerem e, evidentemente, a compartilharem numerosas vezes. Sobre essas condicionantes Martino (2015) considera que ao se espalharem pela internet, o meme vai se modificando, entretanto o grupo de internautas consegue identificar e estabelecer relações com a matriz. Desse modo, é possível afirmarmos que não existem *memes* individuais, particulares, pois o que o converte nesse fenômeno é o reconhecimento por parte de um grupo e a consequente replicação e compartilhamento, desdobramentos de uma leitura coletiva.

Nessa perspectiva, compreende-se os memes de internet como produto da cibercultura (LÉVY, 2011) construídos a partir de técnicas *sampler* ou de mixagens (BORRIAUD, 2009), práticas já recorrente nas relações intermídias e interartes, potencializadas com a sofisticação dos programas e aplicativos de edição de arquivos e da simplificação da linguagem dos comandos, o que oportuniza que os internautas comuns, não especializados em linguagem de programação, possam fundir, apartar, manipular sons e imagens, de modo a ressignificar o “texto gene”.

Por se tratar de um texto que, predominantemente, recorre escrita informal, à iconicidade e se vale do humor, da ironia, e do sarcasmo para auxiliar na produção dos sentidos, fatores que atraem e retém a atenção dos leitores-internautas, os convidando para interagirem e compartilharem o conteúdo disposto nessas publicações, diversas instituições e sujeitos, tais como: artistas, políticos, publicitários passaram a explorar esses recursos (e seus efeitos) enquanto canais para propagarem uma determinada informação, situação ou causa. Esse amplo e recorrente compartilhável, os *memes* e seus usos, se tornou recurso de divulgação e objeto de estudo das variadas áreas tais como a sociologia, a educação, o marketing a linguagens e as artes.

2. OH! BENDITO O QUE SEMEIA MEMES, MEMES À MÃO CHEIA

O Projeto Lítera Brasil, a princípio, foi criado no formato de cursinho Pré-vestibular, na cidade de Curitiba, objetivando mediar as leituras e análises das obras literárias indicadas aos certames admissionais da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Posteriormente, com a aderência e boa recepção dos cursistas o projeto ganhou projeção e passou a integrar as redes sociais,

primeiro no *Facebook*, depois no *YouTube* e por conseguinte no *Instagram*². Com muito humor e irreverência a *fanpage* do Lítera (Brasil/Vestiba), no *Facebook*, está disponível para acesso desde 02 de dezembro de 2014, e desse período até os dias atuais os números de seguidores que interagem com a página vem aumentando, assim como ampliando o alcance das suas publicações.

Como afirmam³ os mentores, também gestores das páginas a professora Francieli Rodrigues Zvierzikowski e o professor João Amálio Ribas, entre as maiores intencionalidades das ações desenvolvidas pelo Lítera está a criação de ambientes que favoreçam a (re)aproximação dos sujeitos, principalmente o público juvenil, com a leitura literária. Nessa esteira, acerca da composição e foco da página os professores discutem:

O Lítera tem como principal objetivo aproximar o seu público a Literatura Brasileira – que muitas vezes não é muito apreciada pelos jovens –, pois a maioria não a acha atraente ou a definem como complexa, já que nas escolas muitos alunos são obrigados a ler os clássicos e não conseguem compreender a linguagem da época. Nós buscamos alcançar tal objetivo por meio de criação de memes e posts que o público se identifica. A curiosidade que causamos nos jovens por meio dos nossos posts faz com que eles busquem a leitura de livros brasileiros e por sua vez a apreciem. (LÍTERA, entrevista⁴, 2017)

A preocupação manifestada pelos professores Ribas e Zvierzikowski converge com um ponto nevrálgico do ensino de literatura e da formação leitora literária na contemporaneidade, o aumento da distância entre os leitores e as obras de literatura.

A instituição escolar, principal agenciadora da formação leitora, em função dos equívocos teórico-metodológico-epistemológico que adota, como não se atentar para pluralidade dos leitores, colabora, ressalvadas as exceções, para que os alunos, leitores em formação, cristalizem ideias como as de que “a literatura como objeto artístico é de difícil compreensão” (MARTINS, 2006, p. 83), também que os sentidos das obras já estão prontos sem a necessidade de uma construção oriunda do diálogo entre o leitor e o texto, ou ainda, a proposição de práticas que desconsideram os repertórios, as vivências subjetivas, culturais dos sujeitos, a história do leitor em si (RANGEL, 2014), em específico daqueles em formação inicial, no momento da elaboração, mediação e proposição de atividades de leitura.

Outros fatores que servem para ampliar os hiatos existentes entre o leitor e o texto literário são: o entendimento de que a literatura se resume aos momentos e tradições históricas, ou que esteja limitada a um tipo de produção, bem como a cisão existente entre

as obras indicadas pelos programas e currículos escolares com as leituras desempenhadas pelos alunos em outros círculos/ciclos leitores como, por exemplo, o cânone literário *versus* a literatura de massa.

Os modos como as obras clássicas, em diversas oportunidades são apresentadas aos leitores contribuem para que os jovens as rechacem, daí a necessidade de conferir um maior dinamismo às abordagens, sobretudo as que se dão em contato inicial. Desse modo, o uso dos *memes* pode ser um potente aliado nessa iniciação. Nas palavras dos entrevistados, esse elemento da cultura digital pode se converter num eficaz recurso, vetor de estratégias a fim de promover a (re)aproximação dos leitores com a literatura clássica. Conjunto de obras que, segundo Calvino (1993), em função dos elevados valores subjetivos, culturais que dispõe, deve, de um modo ou de outro, alcançar todos os sujeitos. Sobre a implicação dos memes ao fomento da leitura literária, os entrevistados afirmam:

Os memes são divertidos, então por que não usá-los para aproximar os jovens a Literatura? Nós usamos os memes de certa maneira educativa: os jovens se divertem com um assunto que nas escolas são ensinadas de maneira mais séria e por sua vez (muitas vezes) distanciam os estudantes da leitura. O público do Lítera aumentou significativamente depois que começamos a utilizar esse tipo de post na página. Eles se divertem, mandam suas ideias e até relatam que nossos posts os ajudaram a entender melhor a Literatura Brasileira e que até mesmo a leitura de autores brasileiros aumentaram, pois muitos jovens preferiam apenas Literatura Brasileira. Foi com os memes que nos aproximamos e aumentamos diariamente o número de nossos leitores. (LÍTERA, entrevista, 2017)

Ao refletirmos sobre os usos dos memes aliados a formação leitora não fazemos deferência a ideia de que o produto daria conta dos complexos e múltiplos aspectos da formação leitora em sua integralidade, sobretudo do letramento literário. Entretanto, reconhecemos que nestes tempos, de leitores que abrem e fecham janelas, “buscando a velocidade de cliques que parecem não ter limites, e suas leituras devem acompanhar esse tempo que escoar em bits, músicas para baixar, pixels para olhar e frases a compartilhar”. (POLETTI; ARENDT, 2014, p. 37), e que encontram na mídia internet uma série de possibilidades de acessos, e uma infinidade de gêneros coexistindo, rivalizando, é necessário, de algum modo, recorrer a recursos e estratégias outras, que com esta mesma velocidade, oportunizem momentos, espaços de pausas e convite a leitura.

Figura 01 – Dona Flor



Fonte: Facebook/Lítera, 2020.

No *meme*, representado na Figura 01, os elaboradores utilizam a célebre cena do Romance *Dona Flor e seus dois Maridos*, do escritor Jorge Amado, para ilustrar/imprimir as diferentes emoções/sensações evocadas ao se praticar a leitura por prazer ou quando por obrigação. Embora que, o próprio discurso plasmado pela vestimenta, e ausência delas, e pelo jogo de olhares entre as personagens nos auxiliem a inferir e tecer diversas possibilidades interpretativas, é só a partir da leitura da obra seminal que os sujeitos poderão dialogar com maior profundidade com os sentidos evocados pelo *meme*.

Nesse sentido, na trama, Flor se apaixona por Vadinho, homem que sustenta diversos vícios; jogatinas, alcoolismo, amante da esbórnia, mas que lhe proporciona vários prazeres, inclusive sexuais. Com a partida súbita de Vadinho, Flor inicia uma nova relação, casa-se com Teodoro, farmacêutico de vida mediana, amante das artes e devotado ao lar e a religião, o oposto de Vadinho. Posto esse enredo, em linhas gerais, um dos sentidos que se pode atribuir ao *meme* é a crítica, amparada na opinião dos leitores, produzida aos exercícios de mediação e ensino que desconsideram as vontades de leitor ao selecionarem as obras que serão trabalhadas no contexto da sala de aula.

Ainda que, constantemente em suas postagens, o Lítera faça uso fotocópias de livros, e de outras linguagens artísticas, a exemplo da música e do cinema, como no *meme* anteriormente disponibilizado o qual se constrói a partir de imagem oriunda da captura de tela da adaptação fílmica, *Dona Flor e seus dois Maridos*, do diretor Pedro Vasconcelos, e que recorrentemente publiquem resumos e fragmentos das obras literárias, as páginas Lítera, em diversos momentos, conduzem os seus seguidores a reflexão, chamando a atenção para necessidade de se ir “direto a fonte”, ler a obra em natura.

Alertando ao leitor, sem abandonar o humor que lhe é peculiar, que a plenitude leitora, os maiores efeitos estéticos só podem ser, genuinamente, experienciados por aqueles que acessam a obra original e na íntegra, e de preferência em seu formato impresso. Para ilustrar esse posicionamento da página, destaca-se os próximos *memes*.

Figura 02 – Este é João!



Fonte: Facebook/Litera, 2020.

Figura 03 – O erro do jovem



Fonte: Facebook/Litera, 2020.

Em ambos os *memes*, Figuras 02 e 03, encontramos uma espécie de assimilação aos “modismos” da internet, reproduzindo, com temáticas literárias, artefatos que não dialogam, diretivamente, com o universo do leitor de literatura. Os *memes* cujas construções foram/são desenvolvidas a partir dos motes Este é João e O erro do jovem representam uma série de objetos que se tornaram verdadeira febre entre os internautas, acima de tudo por se reportar, aludir, promover assuntos oriundos e afins as culturas juvenis. Partindo dessa prerrogativa, questionamos aos mentores do projeto Lítera se com a estratégia de aliar humor às indicações e referências literárias, bem como de reproduzir os virais da *web* por meios de *memes* literários, tem surtido efeito, chamando a atenção do público almejado.

Sim, pois os leitores se divertem e aprendem sobre Literatura. Muitos jovens que nos acompanham comentam nos posts que por meio da nossa publicação entenderam a leitura de algum livro, que nosso a maneira com que tratamos a Literatura Brasileira os ajudou nas aulas de Literatura na escola etc. No começo da página estava difícil encontrar uma forma de aproximar o nosso público do conteúdo que escolhemos trabalhamos, porém quando começamos a utilizar o humor em nossos posts o nosso número de leitores aumentou, páginas sobre

Literatura começaram a repostar nossas publicações e claro, começamos a receber diariamente mensagens de leitores que gostam da maneira como falamos sobre a Literatura. (LÍTERA, entrevista, 2017)

Figura 04 – Affff!



Fonte: Facebook/Litera, 2020.

No *memé* Affff! a ambiência (página) do *Facebook* é recriada, forjando uma interatividade entre os escritores Gregório de Matos, Bocage e Bilac com o *post* da poesia de Augusto dos Anjos. Com auxílio da computação gráfica e de modo intersemiótico o *memé* reproduz, fidedignamente, os instrumentos e recursos do *face*: o uso de emoticons, as reações que podem ser aplicadas as publicações, também as opções de comentar, compartilhar, curtir e responder, e a própria diagramação da criação de páginas para os autores, contudo, o que mais chama atenção é o uso da intertextualidade (KRISTEVA, 1974) e da interdiscursividade dispostas no objeto, o jogo de linguagem, a brincadeira com os usos de termos oriundos do internetês/gírias/Pajubá “lacrou”, “zerou a vida”, pode corroborar na promoção da identificação mais imediata por parte dos internautas. Porém, assim como no *memé* Dona Flor, Figura 01, para maiores apreensões e para alargar o processo de interpretação sobre a obra e a vida dos autores, por quais razões o “sentindo-se escatológico” fora atribuído ao avatar de Augusto dos Anjos? Ou o porquê de Bocage exprimir: Zerou a vida? Tais construções não são aleatórias, requer leitura das obras seminais, e um conhecimento da biografia dos autores.

Outra questão tematizada na entrevista compreendeu a emergência de novos escritores, estilos de escrita e dos modos de veicular o texto literário e os produtos por ela

influenciados, em decorrência do advento da e-literatura, também tomamos por mote as produções que se capilarizam na *web* em face da dinamização e facilitação do processo de publicação de obras, pois como observa Schollhammer (2011), “As novas tecnologias oferecem caminhos inéditos para esses esforços, de maneira particular, com os blogs, que facilitam a divulgação dos textos, driblando os mecanismos do mercado tradicional do livro, bem como o escrutínio e o processo seletivo das editoras”. (SCHOLLHAMMER, 2011, p. 13), possibilitando, entre os seus desdobramentos, o acesso a autores e obras ainda distantes do escrutínio das editoras. Logo, dado esse quadro, por se tratar de uma página na e para internet, questionou-se sobre o fomento a leitura literária nestes espaços.

Ter uma página em uma rede social é estar aberto a todo tipo de crítica. Nós já recebemos críticas negativas porque só tratamos de Literatura Brasileira ou porque fizemos algum tipo de comparação com algum autor contemporâneo, mas é preciso aceitar e avaliar todo tipo de crítica. Para tratar de Literatura é preciso definir qual será a melhor abordagem para atingir o público leitor. Nós trabalhamos com humor, mas sem desrespeitar a nossa Literatura, buscamos apenas trabalhar com o nosso conteúdo de maneira com que o jovem se aproxime da leitura e não a veja do mesmo modo como as escolas a apresentam muitas vezes. (LÍTERA, entrevista, 2017)

Quando aludem as críticas oriundas da avaliação de postagens cujo objeto é a comparação entre escritores de literatura clássica já reconhecido do grande público x e obras produzidas por escritores da literatura de massa na contemporaneidade, os entrevistados se reportam a gracejos desse tipo:

Figura – 05 Então, quer dizer...



Fonte: Facebook/Litera, 2020.

O *meme* toma emprestado o nome da atriz, cantora, apresentadora, influenciadora, vlogueira e escritora brasileira Kéfera Buchmann, sucesso na internet, uma das primeiras *Youtubers*, no Brasil, a conseguir o número de um milhão de inscritos [seguidores] em seu canal no *YouTube* (<https://www.youtube.com/user/5incominutos>), para representar o segmento dos escritores contemporâneos cujas produções são elaboradas e veiculadas na internet, espaço no qual também se encontram a maioria absoluta dos seus leitores, ao mesmo tempo em que utiliza um dos maiores nomes do cânone literário brasileiro para dar contraste aos dois universos leitores: “leitores da tela e do papel”.

Desse produto, além do uso da fotografia/olhar de Clarice, que por si só já nos permitiria uma outra discussão/construção, podemos problematizar diversas questões, tais como: retomar os questionamentos: literatura para que e para quem, compreender os tempos e alcances dos textos literários nas telas e nas superfícies impressas, dentre outras.

Reiteramos que esse escrito não busca construir julgamento de valor sobre este ou aquele texto/autor/tipo/estética literária, ou comparar estratégias de mediação *on* e *offline*, compreendemos que a multiplicidade de textos, assim como a diversificação de práticas de fomento a leitura, corrobora na aproximação entre os sujeitos e as obras. Assim, os *memes* de literatura – que aqui por vezes denominamos de produto/objeto/artefato literário – produzidos e compartilhados pelo Lítera ou pelas inúmeras outras páginas de teor semelhante a ela, emergem como projeto dinâmico que apreende e aguça a curiosidade dos leitores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nós buscamos utilizar as redes sociais para aguçar o nosso público a ler mais e até mesmo a valorizar a Literatura Brasileira e apreciamos grandemente páginas que tem como objetivo transmitir a importância da Literatura e compartilhar o amor que sentimos por ela (LÍTERA, entrevista, 2017)

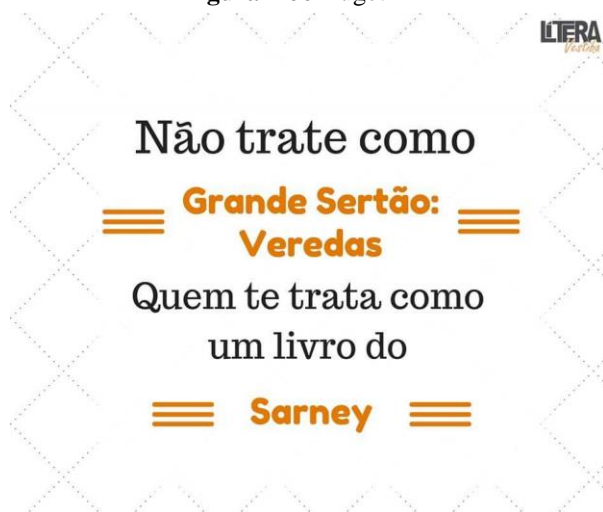
Ao concluirmos este estudo pudemos perceber a infinidade de *memes* e página que, de modo dinâmico, interativo e colaborativo vem engajando leitores, das mais diferentes tribos, no compartilhamento de literatura online. Esta experiência está distante de ser classificada enquanto uma experiência de criação isolada de projeto influenciado pela literatura, compreendemos que a produção e recepção da e-literatura e de produtos

literários online, são fenômenos que se correlacionam, diretivamente, com a convergência de mídias, a cultura da participação, a sofisticação dos aparelhos/plataformas/ recursos digitais, que engendrados favorecem o a junção e o nascimento de linguagens.

Como evidenciado nas repostas fornecidas pelos entrevistados, gestores da página, o objetivo do Lítéra é a difusão dos clássicos da literatura brasileira, o que de fato se efetiva. Ao explorarmos as páginas ficou evidente que a maioria absoluta dos *memes* elaborados, publicados neste ambiente digital, mesclam textos imagéticos congregados a trechos e alusões de autores, obras, sobretudo, personagens e cenas de grande reconhecimento por parte do público leitor, seleções não despretensiosas, pois para que se prolongue o tempo de vida do *meme*, assim como o seu alcance é necessário que ela seja reconhecido por uma quantidade considerável de leitores, deste modo, utilizar cenas oriundas do cânone literário brasileiro, já cristalizadas no repertório coletivo, corrobora para a maior viabilização, sendo cada vez mais recorrente o encontro com *memes* cujos motes aludam: “tinha uma pedra no meio do caminho”, “E agora, José?”, “Traiu ou não traiu”, “Liberdade é pouco, o que eu desejo ainda não tem nome”, “Ai! Que preguiça!”, “Ao verme que primeiro roeu...”.

Em paralelo a isso, concluímos também que se faz necessário aos campos de estudo, principalmente a literatura e a educação, se debruçar sobre estas práticas, sujeitos e ambientes influenciadores da leitura on-line. Pois, além da numerosa quantidade de leitores-usuários que elas reúnem, os efeitos dessa mediação já começam a ser sentidos no mercado do livro e no repertório leitor dos sujeitos conectados.

Figura – 06 Auge!



Fonte: Facebook/Lítéra, 2020.

Agradecimentos:

Agradecemos a Professora Francieli Rodrigues Zvierzikowski e ao professor João Amálio Ribas (Joãozinho), mentores e gestores das páginas e canais do Lítera Brasil, pelas contribuições prestadas ao estudo também a Universidade do Estado da Bahia (UNEB).

Referências

BOURRIAUD, Nicolas. *Pós-Produção: como a arte reprograma o mundo contemporâneo*. Trad. Denise Bottmann. São Paulo: Martins, 2009.

CALVINO, Italo. *Por que ler os clássicos?* São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

CASTELLS, Manuel. *Galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Trad. Maria Luiza X. de A Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. Trad. Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: Editora UNESP, 1998.

COSCARELLI, Carla Viana.; CAFIERO, Delaine. Ler e ensinar ler. In: COSCARELLI, Carla Viana. (Org.). *Leituras sobre a leitura: passos e espaços na sala de aula*. Belo Horizonte: Vereda, 2013.

DAWKINS, Richard. *O gene egoísta*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007 [1976].

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. Literatura e sociedade midiaticizada: mutações do paradigma estético da modernidade. *SCRIPTA*, Belo Horizonte, v. 11, n. 21, p. 36-48, 2007.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2006.

KRISTEVA, Júlia. *Introdução à semântica*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed.34, 1999.

_____. *O que é o virtual?* Trad. Paulo Neves São Paulo: Ed. 34, 2011.

LIMA, Elizabeth Gonzaga de. Da Literatura à moda antiga à literatura digital: “isto matará aquilo”? In: LIMA, Elizabeth Gonzaga de. et al.. *Leitura e literatura do centro às margens: entre vozes, livros e rede*. Campinas: Pontes, 2016.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes*. São Paulo: Vozes, 2015.

MARTINS, Ivanda. A literatura no ensino médio: quais os desafios do professor? In: BUNZEN, Clécio; MENDONÇA, Márcia (Orgs). *Português no ensino médio e formação do professor*. São Paulo: Parábola, 2006.

MARTINS, Aracy Alves; MACHADO, Maria Zélia Versiani. In: MARTINS, Aracy Alves. et al. *Livros & telas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011.

_____. et al. Espaços da literatura. In: COSCARELLI, Carla Viana. (Org.). *Leituras sobre a leitura: passos e espaços na sala de aula*. Belo Horizonte: Vereda, 2013.

POLETTTO, Ana Júlia. ARENDT, João Claudio. Leituras de um tempo perdido: o leitor fragmentado do mundo virtual. *Raído*, Dourados, MS, v. 8, n. 17, jul./dez. 2014.

RANGEL, Egon de Oliveira. Leitura, literatura e docência. In: CORDEIRO, Verbena Maria Rocha; LIMA, Elizabeth Gonzaga de. (Org). *Modos de ler: oralidades, escritas e mídias*. Curitiba: Arte e Letra, 2014.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SALVADOR, Ângelo Domingos. *Métodos e técnicas de pesquisa bibliográfica*. Porto Alegre: Sulina, 1986.

SANTAELLA, Lucia. *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. O leitor ubíquo e suas consequências para a educação. In: TORRES, Patricia Lupuion. (Org.). *Complexidade: redes de conexões na produção do conhecimento*. 1ed. Curitiba: Kairós Edições, 2014, v. 1. p. 27-44.

SCHOLLHAMMER, Karl Erick. *Ficção Brasileira Contemporânea*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

WOLF, Maryanne. *O cérebro no mundo digital: os desafios da leitura na nossa era*. Trad. Rodolfo Ilari e Mayuri Ilari. São Paulo: Contexto, 2019.

Recebido em: 31/05/2021

Aceito em: 26/04/2022

¹ Muitos estudiosos do campo biológico, dos estudos culturais e da própria teoria de mídias refutam o pensamento darwiniano.

² 648.145 no *Facebook*, 168.000 no *YouTube*, 32.000 no *Instagram* – Aferição realizada em 08 de dezembro de 2021.

³ Entrevista realizada no dia 13 de fevereiro de 2017, por intermédio de mensagem de texto na rede social *Facebook*.

⁴ Por se tratar de uma entrevista concedida a partir do uso da palavra escrita, não havendo a necessidade de transcrições, as falas aqui reportadas foram reproduzidas na íntegra, do modo como os entrevistados redigiram.