



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

**LETRAS PORTUGUÊS E INGLÊS**

**JENNIFER MARIA PAIXÃO DOS SANTOS**

**ANÁLISE LITERÁRIA DA LITERATURA DE MASSA**

**SÃO CRISTÓVÃO - SE**  
**2026**

JENNIFER MARIA PAIXÃO DOS SANTOS

**ANÁLISE LITERÁRIA DA LITERATURA DE MASSA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Universidade Federal de Sergipe como requisito básico para a conclusão do Curso de Letras Português e Inglês.

Orientador: Magna Maria de Oliveira Ramos

SÃO CRISTÓVÃO - SE  
2026

**JENNIFER MARIA PAIXÃO DOS SANTOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Letras Estrangeiras da Universidade Federal de Sergipe como requisito parcial para obtenção do grau de Licenciado em Letras.

**Nota:** \_\_\_\_\_

---

**Magna Maria de Oliveira Ramos (Orientador)**

**SUMÁRIO**

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Literatura de massa em questão.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Literatura infantojuvenil e a importância de boas escolhas literárias.....</b>	<b>12</b>
<b>2.3 Metodologia.....</b>	<b>14</b>
<b>2.4 Análise literária da obra <i>Diário de uma garota nada popular</i>.....</b>	<b>14</b>
<b>3 CONCLUSÃO.....</b>	<b>18</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>19</b>

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo a análise dos principais elementos da literatura de massa com o intuito de orientar pais e educadores sobre a escolha literária a ser feita para o público infantojuvenil. Para isso, foram realizadas discussões sobre as obras literárias de entretenimento, os livros infantojuvenis e a importância de se ter boas opções de leitura. Ainda nessa direção, fez-se a análise do *best-seller Diário de uma garota nada popular*, inferindo-se a que os aspectos das obras de massa geram prazer e entretenimento fácil, no entanto não enriquecem o imaginário das crianças e dos adolescentes que os consomem; por isso não devem ser prioridade na vida desses leitores.

**Palavras-chave:** escolha literária, literatura de massa; público infantojuvenil.

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the main elements of commercial literature in order to guide parents and educators in selecting appropriate reading material for young audiences. To this end, discussions address entertainment literature, youth literature, and the value of offering quality reading options. Consistent with this perspective, the work examines the bestseller *Dear Dork*, identifying characteristics of commercial literature that provide light pleasure and entertainment, yet fail to foster the imaginative development of young readers. Ultimately, this analysis underscores why such works should not be prioritized in the lives of children and teenagers.

**Keywords:** commercial literature; reading selection; youth readership.

## 1 INTRODUÇÃO

O termo literatura de massa sugere grande alcance do público, incluindo o infantojuvenil. Amplamente comercializados e ditados pelo sistema do mercado, os também conhecidos como *best-sellers*, livros comerciais ou de entretenimento, são grandes atrativos, sobretudo para o público jovem. Decorrente da sua linguagem fácil e emotiva, além do enredo carregado por ganchos que prendem a atenção do leitor. Por sua vez, a literatura infantojuvenil é considerada arte e detém uma função pedagógica, além de estética.

Em vista disso, o presente trabalho tem como objetivo geral: analisar os principais aspectos da literatura de massa, através do livro em estudo, para que se faça uma crítica quanto ao seu conteúdo controverso. São objetivos específicos: definir o conceito de literatura comercial; analisar as principais características das obras literárias de massa; discutir a influência do mercado na literatura; abordar brevemente a literatura infantojuvenil clássica e a sua importância para a formação da criança e do jovem; conscientizar pais, leitores e professores acerca dos aspectos da literatura de entretenimento para o público infantojuvenil; analisar a obra infantojuvenil *Diário de uma garota nada popular* para fundamentação e exemplificação dos argumentos.

O alcance da literatura de massa na população brasileira jovem como prioridade em sua rotina de leitura justifica a importância dos estudos nessa área. O baixo nível de literariedade, o pouco esforço que ela exige, a parca edificação que promove na vida intelectual dos leitores são fatos que exigem atenção e merecem pesquisas e análises para conscientização dos próprios leitores, dos pais dos jovens e dos professores. Desse modo, a pesquisa deseja contribuir com a análise dos aspectos desse tipo de literatura para evidenciar a importância da leitura crítica e também a escolha adequada de obras infantojuvenis, assim como incentivar futuras pesquisas na área.

Sobre a metodologia, será analisado o livro *Diário de uma garota nada popular*, de modo a serem apontados os elementos da literatura de entretenimento destinada ao público infantojuvenil, em que serão abordados como referencial teórico, autores como: Mele e Pimentel, Aranha e Batista, Sodré, Moreno da Silva, Coelho, entre outros.

Quanto à estrutura do artigo, primeiramente discutem-se as obras de massa, suas características e relação com o mercado. Em seguida, apresenta-se a literatura infantojuvenil, seu valor estético e pedagógico, com uma reflexão sobre a importância de boas escolhas literárias. E por fim, realiza-se a análise literária de um livro comercial.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Literatura de massa em questão

De acordo com Melo e Pimentel, a literatura de massa é aquela que tem como característica o acesso abrangente pela sociedade. Pode ser intitulada também como literatura de entretenimento, de mercado, literatura trivial e *best-seller*, a ser discutida mais à frente (Aranha; Batista, 2009). Ela está ligada intimamente ao mercado e ao consumo, ao contrário da literatura culta, que encontra respaldo na Academia. Além disso, de acordo com Sodré (1988), sobre esta última é possível fazer “comentários profundos” por parte dos críticos.

Os livros passaram por uma longa evolução, das placas de argila aos rolos, até chegar aos manuscritos, no formato que temos hoje em dia (Lima; Souza; Corsi, 2015). O acesso a essas obras pela massa deu seu pontapé com a revolução industrial, a partir da qual houve a urbanização das cidades, o aumento da alfabetização e a necessidade de especialização da classe trabalhadora (Aranha; Batista, 2009). Esses fatores abriram as portas para que mais membros da sociedade pudessem consumir literatura, de modo que ela começou a ser sustentada pela massa (Aranha; Batista, 2009).

Outro fator importante para a democratização da leitura foi a imprensa de Gutenberg, que proporcionou uma produção mais ágil e em maior quantidade (Lima; Souza; Corsi, 2015). Houve então uma redução nos preços das obras literárias, permitindo assim que mais pessoas tivessem acesso a elas. Como resultado desse aumento na produção de livros, a leitura intensiva, ou seja, aquela em que o livro é, por exemplo, lido várias vezes, cede lugar à leitura extensiva, na qual o leitor tem uma gama de livros para ler (Silva, 2006). Além disso, conforme Moreno da Silva (2006), o escritor passa a ter que escolher entre dois caminhos, o financeiro, correndo o risco de comprometer a “originalidade” do texto, mas agradando o público, ou o artístico.

A origem da literatura de entretenimento surge com os romances-folhetins, na França, no século XIX, que ocupavam os espaços vazios nos jornais após a censura de Napoleão Bonaparte (Silva, 2006).

De acordo com Aranha e Batista:

Em julho de 1836, Émile de Girardin, editor do jornal francês *La Presse*, começou a publicar trechos adaptados de romances, que já haviam sido publicados no formato de livros. Em cada nova edição do jornal havia um gancho, o qual seria complementado por um novo trecho na edição posterior. (Aranha; Batista, 2009, p. 124)

Essas narrativas eram colocadas no rodapé dos jornais, nas seções reservadas para “críticas literárias e receitas culinárias” (Aranha; Batista, 2009). O folhetim era voltado para a burguesia-aristocrata e tinha como finalidade a recreação (Sodré, 1988). E o sucesso foi tanto que os preços dos jornais foram reduzidos e os textos em vez de serem adaptados, começaram a ser escritos justamente para serem publicados no formato do folhetim (Aranha; Batista, 2009). O folhetim então converteu-se na principal fonte de entretenimento textual da época (Aranha; Batista, 2009).

Como características, o folhetim lança mão de linguagem e de recursos facilitados — devido ao público ao qual se destinava, o operariado — com a presença de personagens marcantes:

A orientação editorial destes conteúdos focava o operariado, enquanto consumidor de ficção escrita, privilegiando características estruturais e estilísticas que atendiam a esta demanda, tais como: o uso de linguagem cotidiana, arranjos gramaticais simplificados, períodos curtos, minimização dos recursos estilísticos e focalização em enredos que correspondem à experiência de vida de seus leitores ou às representações já estabelecidas em seu imaginário. (Aranha; Batista, 2009, p. 124)

Assim, a literatura dos folhetins evoluiu, e hoje temos os afamados *best-sellers* (Sodré, 1988). Aranha e Batista (2009, p. 126) definem bem o conceito de *best-seller*: “[...] uma obra literária extremamente popular cujo valor seria colegitimado pelo próprio mercado, ganhando evidência e aval através da inclusão na lista dos ‘mais vendidos’”.

Como já foi mencionado, os livros de entretenimento, ou *best-sellers*, estão intimamente ligados ao mercado e sofrem influência desse por se destinarem às massas (Aranha; Batista, 2009). Os autores apontam o aumento da produção como fator impulsionador desse tipo de literatura, pois, com as facilidades de produção, iniciadas com Gutenberg, os livros puderam ser produzidos em maior quantidade e de maneira mais rápida, de modo a atingir um maior número de pessoas, a massa. Assim, se dirigindo a ela, as obras passam a ser também custeadas pela massa (Benjamin 1981 *apud* Aranha; Batista, 2009). Desse modo, descobrimos o principal objetivo da literatura de entretenimento, pois, se ela se dirige à massa e é sustentada por ela, seu propósito, então, é ser agradável a ela, como aponta Melo e Pimentel (s.d.).

Para cumprir esse objetivo, como já foi apontado acima, o escritor passa a obedecer menos as necessidades artísticas e a obedecer ao mercado e ao que desejam os leitores, prejudicando a originalidade das obras ao repetir padrões que satisfaçam ao público leitor e

fazendo “com que as mesmas percam o valor cultural e se tornem perecíveis” (Gonçalves, 2019, p. 12).

O livro então é visto como uma mercadoria, um produto que precisa agradar aos seus consumidores para fazer sucesso e vender, à custa do lado artístico da obra. Dessa maneira, se um livro se torna o mais vendido é, provavelmente, porque ele atende às regras e estratégias do mercado editorial (Silva, 2006). Assim, o leitor passa a ler, não uma obra literária escrita com empenho artístico, mas uma mercadoria pensada estrategicamente para o sucesso e o consumo, que não é mais influenciada pela escola ou alguma instituição (Sodré, 1988).

Os livros de massa, ou de entretenimento, apresentam elementos em comum, os quais são responsáveis pela adesão dos leitores e por seu sucesso. Entre esses componentes compartilhados está o uso de uma linguagem facilitada, com recursos gramaticais simples, que não exigem muito do leitor (Melo; Pimentel, s.d.). A linguagem é transparente e clara, favorecendo o entendimento por parte dos seus consumidores, que não precisam de grande instrução para consumir tais tipos de obras (Aranha; Batista, 2009). Dessa forma, o foco do autor não está no trabalho com a linguagem, mas sim no enredo, na história, o que desfavorece o uso original da língua (Sodré, 1988). Ademais, há também a forte presença de diálogos entre os personagens, promovendo o engajamento na leitura (Aranha; Batista, 2009).

Os *best-sellers* também são famosos por promoverem acontecimentos chamativos, extraordinários, que clamam pela atenção de quem os lê, e por proporcionarem sensações instantâneas e emoções fortes, como declara Bossi (2002):

A personalidade construída a partir da generalização da mercadoria, quando entra no universo da escrita (o que é um fenômeno deste século), o faz com vistas ao destinatário, que é o leitor-massa, faminto de uma literatura que seja especular e espetacular. Autor e leitor perseguem a representação do show da vida, incrementado e amplificado. (Bossi, 2002, p. 249).

Seguindo em frente, é uma marca da literatura de massa a promoção da relação de proximidade entre a obra e o leitor através dos seguintes elementos: tensão, clímax, desfecho e catarse (Aranha; Batista, 2009). Sobre isso, Aranha e Batista afirmam: “Tais elementos são rearticulados com uma estrutura que, via de regra, lança mão dos ‘ganchos’, objetivando manter a tensão durante o máximo de tempo possível, adiando o clímax” (Aranha; Batista, 2009, p. 125).

Moreno da Silva (2006) expõe também que os livros comerciais são marcados pela “repetição de modelos”, ou seja, eles seguem, como supracitado, padrões, e pela

“superficialidade no tratamento da matéria”, a partir da qual não há aprofundamento nos temas que eles vêm a tratar.

Já Sodré (1988), além de nos indicar que os *best-sellers* oportunizam “emoções fáceis” e “entretenimento”, nos diz também que eles trazem “um modo de escrever já experimentado ou consagrado pela literatura anterior” (Sodré, 1988, p. 9). Isto é, não há marcas originais de estilo. O autor também aponta a questão da tensão e do afrouxamento que permeia esses tipos de obras. Tal esquema busca chamar a atenção dos leitores, mantendo-os interessados na história a partir de momentos de tensão e não-tensão. Para mais, Sodré aponta que os livros de entretenimento fazem “uma exploração sistemática da curiosidade do público” (Sodré, 1988, p. 16). Desenvolvendo essa ideia de curiosidade, o autor cita o termo “ser-voltado-para-o-prazer” para definir o “homem urbano do Ocidente”. Ou seja, o ser humano pressionado pela ordem do consumo: “Trata-se de um imperativo social (cada vez mais forte sob o influxo da ordem do consumo): ele deve satisfazer-se, deve maximizar a sua existência pelo uso sistemático de todas as virtualidades de prazer” (Sodré, 1988, p. 16). Assim, a literatura de massa é aquela que atija a curiosidade e o prazer de quem o lê.

Como se pode perceber, a literatura de massa trata de obras de fácil apreensão, que geram um fácil prazer e entretenimento nos leitores, e por isso pode tornar-se um pontapé inicial para o hábito de leitura. Isso é abordado por Paz (2004), que aponta esse tipo de literatura como “estimuladora”.

Desse modo, a leitura de *best-sellers* não deve ser colocada de lado, no entanto, é necessário ter atenção, pois muitos jovens, por falta de formação leitora, ficam presos a esse tipo de literatura (Perrone-Moisés, 2019 *apud* Gonçalves, 2016). É crucial que haja orientação por parte dos pais e educadores para que seus filhos não se limitem a esse tipo de literatura nem a tenham como prioridade, sobretudo por ela não os desafiar devido a sua baixa literariedade. É a partir do desafio de uma obra mais complexa, em termos de profundidade e linguagem, que a criança e o adolescente podem crescer intelectualmente.

## 2.2 Literatura infantojuvenil e a importância de boas escolhas literárias

Coelho afirma que literatura infantojuvenil é:

[...] antes de tudo, literatura; ou melhor, é arte: fenômeno de criatividade que representa o mundo, o homem, a vida, através da palavra. Funde os sonhos e a vida prática, o imaginário e o real e sua possível realização [...] (Coelho, s.d., p. 27)

Dessa definição podemos afirmar que esse tipo de literatura não é de mero entretenimento, nem possui, exclusivamente, a função pedagógica. Coelho a define como “arte”, isto é, as obras infantis também devem provocar-nos o prazer estético como qualquer outra. Refere-se a um fenômeno que representa a vida humana de maneira bela e criativa.

É crucial que a literatura para crianças e adolescentes seja valorizada, pois ela oportuniza aos jovens conhecerem e desbravarem novas realidades e personalidades, a desenvolverem sua criatividade e outras habilidades, a aumentar seu repertório linguístico e cultural e a enfrentar suas próprias questões e dilemas (Lucena, 2024 *apud* Corsino, 2014). Corroborando sobre a essência da literatura, Coelho diz o seguinte:

Na verdade, desde as origens, a literatura aparece ligada a essa função essencial: atuar sobre as mentes, nas quais se decidem as vontades ou as ações; e sobre os espíritos, nos quais se expandem as emoções, paixões, desejos, sentimentos de toda ordem... No encontro com a literatura (ou com a arte em geral), os homens têm a oportunidade de ampliar, transformar ou enriquecer sua própria experiência de vida, em um grau de intensidade não igualada por nenhuma outra atividade (Coelho, s.d., p. 29).

Para a autora, a essência da literatura infantojuvenil seria a mesma da adulta: “atuar sobre as mentes”. No entanto, por muito tempo, esse tipo de literatura foi visto justamente como um gênero secundário, que diverte e ensina as crianças. Apenas no século XX, com o apontamento para os estágios de desenvolvimento pela Psicologia experimental, as obras infantojuvenis passaram a ser vistas com outros olhos e a serem valorizadas como um “fenômeno significativo e de amplo alcance na formação das mentes infantis e juvenis, bem como dentro da vida cultural das sociedades” (Coelho, s.d.).

Coelho ainda aponta que a obra infantojuvenil é uma mensagem de um escritor adulto para uma criança, transformando assim a leitura em aprendizagem.

[...] Se a infância é um período de aprendizagem, [...] toda mensagem que se destina a ela, ao longo desse período, tem necessariamente uma vocação pedagógica. A literatura infantil é também necessariamente pedagógica, no sentido amplo do termo, e assim permanece, mesmo no caso em que ele se define como literatura de puro

entretenimento, pois a mensagem que ela transmite então é a de que não há mensagem e que é mais importante o divertir-se do que preencher falhas (de conhecimento) (Soriano, 1975 *apud* Coelho, s.d.).

Desse modo, fica explícita a ideia que não importa o livro que a criança ou o adolescente leia, aquela obra está enviando uma mensagem ao leitor juvenil, e ela poderá ser profunda, tratando-se de uma questão da humanidade, ou superficial, exibindo a ideia de que o que importa é o prazer, a diversão. Assim, fica óbvia a importância de se fazer boas escolhas literárias para a criança e o adolescente.

Para colaborar com essa ideia, Coelho ainda aponta que, através da leitura, o leitor adquire “consciência de mundo” presente na obra, ou seja, aquilo que é comunicado pelo autor para quem o lê, e essa comunicação atua no espírito do leitor, podendo até mesmo ser agente transformador. De acordo com Coelho:

[...] estabelecer relações fecundas entre o universo literário e seu mundo interior, para que se forme, assim, uma consciência que facilite ou amplie suas relações com o universo real que elas estão descobrindo dia a dia e onde elas precisam aprender a se situar com segurança, para nele poder agir (Coelho, s.d., p. 50)

Logo, fica evidente o papel imprescindível da literatura na mente do público infantojuvenil. Não pode apenas ser um mero entretenimento, que gera prazer e emoção, como acontece com os *best-sellers* para qualquer idade, mas se trata de um agente formador para a realidade que as crianças e os adolescente estão começando a explorar, e assim eles podem encontrar apoio na literatura, que os fará viver várias vidas e que os ensinará a vivenciar a sua própria.

Mais dois conceitos importantes para o que está sendo abordado aqui são o de imaginação e de imaginário, que podem ser conceituados da seguinte forma:

Imaginação trata-se da faculdade mental responsável por representar imagens, imagens essas que são captadas pela experiência por meio dos nossos sentidos e, depois de armazenadas na mente, são recordadas por meio da memória (Oliveira; Rufino, s.d., p. 4).

Além disso, essas imagens são armazenadas num “lugar” chamado de imaginário, que moldará a maneira como observamos e entendemos a nós, ao mundo à nossa volta e os “modelos” que pretendemos seguir. (Oliveira; Rufino, s.d., p. 7).

Oliveira e Rufino ainda expõem a ideia de que na literatura, por exigir maior esforço das nossas capacidades imaginativas, o conceito de imaginação apresenta-se de maneira mais evidente. Assim, através da leitura de obras literárias adquirimos imagens e símbolos que nos acompanharão por um longo período das nossas vidas e ficarão armazenadas em nosso

imaginário, de modo a influenciar a maneira de enxergar a nós e ao mundo; elas nos moldam e tomam partes em nossas decisões (Oliveira; Rufino, s.d.).

Portanto, fica clara a influência em nossa mente do que consumimos e a necessidade de termos boas opções literárias ao nosso alcance, sobretudo com relação às crianças e aos adolescentes, cujo momento de vida os torna ainda mais suscetíveis às influências de fora. Para isso, pais e educadores devem investir na formação leitora dos seus pupilos, de modo que eles possam escolher bem suas leituras e que essas os edifiquem e os ajudem em sua formação como cidadãos autônomos e conhecedores da realidade ao seu redor.

### 2.3 Metodologia

Será feita a análise crítica e literária do livro *Diário de uma garota nada popular: histórias de uma vida nem um pouco fabulosa*, com o intuito de apontar os aspectos da literatura comercial destinada ao público infantojuvenil. A obra passará por leitura e análise criteriosa dos seus elementos (personagens, linguagem, etc.) que serão em seguida discutidos a partir do referencial teórico.

### 2.4 Análise literária da obra *Diário de uma garota nada popular*

*Diário de uma garota nada popular: histórias de uma vida nada fabulosa* é um livro infantojuvenil escrito pela autora Rachel Renée Russell, o qual tornou-se *best-seller* do New York Times. No Brasil, foi publicado pela Verus Editora e traduzido por Antônio Xerxenesky.

O livro possui um formato de diário, com a presença de linhas, ilustrações, emojis, datas, texto não justificado, espaçamento entre parágrafos, palavras em caixa alta, abreviações (GDPs - garotas descoladas e populares), além de haver a predominância de parágrafos pequenos e médios.

Sendo a repetição de modelos uma característica dos livros comerciais, o *Diário de uma garota nada popular* também é marcado por esse aspecto, já que livros como o *Diário de um banana* também seguem o mesmo padrão: um diário escrito por um pré-adolescente vivendo os dramas da idade.

Os personagens que dão vida à história exibem características marcantes, típicas desse tipo de literatura: Nikki, a protagonista, é uma garota nova na escola, desajeitada, não popular, que se acha fracassada, mas que possui um talento que a destaca; Brandon, o garoto por quem a protagonista se apaixona, é um garoto gentil que se apaixona pela garota não popular e rejeita a popular; Mackenzie, a garota mais popular do colégio; além de ser rica, é bonita, mas superficial.

Além disso, o texto também apresenta expressões informais de uso corriqueiro como “ué”, “perai” e “né”, “blá-blá-blá” e “tó” fora dos diálogos.

O livro expõe dramas típicos da adolescência da personagem principal que poderão atrair leitores jovens. Um exemplo é quando Nikki deseja um iPhone novo e caro, contudo, é negado pela mãe, que a dá um diário em vez de um celular. Outro exemplo disso pode ser encontrado no seguinte trecho:

Certo, pai, o que eu acho é o SEGUINTE: que ideia IDIOTA! Como se uns post-its com frases caronas fossem resolver o problema de eu ser uma TREMENDA FRACASSADA na escola. Quer saber o que mais eu acho? Aquele artigo que dizia que venenos contra insetos matam as células do cérebro deve ser verdade! (Russell, 2009, p. 20)

A obra busca chamar a atenção do leitor a partir de constantes manifestações emocionais da protagonista: “Fiquei muito EMPOLGADA porque a gente pode se comunicar com um CELULAR NOVO! Né?!” (Russell, 2009, p. 5); “Esse com certeza foi o momento mais CONSTRANGEDOR de toda a minha vidinha patética” (Russell, 2009, p. 76); “Mas eu estava muito nervosa para me concentrar em fórmulas matemáticas e NÃO estava prestando um pingão de atenção” (Russell, 2009, p.77); “MEU coração batia tão forte que eu conseguia ouvir.” (Russell, 2009, p. 96), “Eu caí no chão e fiquei tão passada que mal conseguia respirar (Russell, 2009, p. 103)”. E ainda:

Me senti como se o meu coração tivesse sido apunhalado com a minha caneta da sorte – aquela rosa com tinta brilhante, que tem penas pingentes e lantejoulas na ponta –, e eu tivesse sido abandonada agonizando. No chão da cantina do colégio. Com todo mundo olhando (Russell, 2009, p. 105).

Há também o aparecimento frequente de hipérboles, uma marca da apelação das obras de entretenimento para chamar atenção do leitor e criar uma relação proximal com ele: “Se você se sentar comigo no almoço, eu arranco meu olho com um lápis, coloco dentro de um sanduíche de carne com mostarda e como” (Russell, 2009, p. 24); “Eu acabaria sendo mandada para a CADEIRA ELÉTRICA logo no primeiro ano do ensino médio, o que seria

UMA DROGA!” (Russell, 2009, p. 53); “EU SOU UMA COMPLETA FRACASSADA!! Se eu fosse dar uma festa, também NÃO TERIA me convidado!” (Russell, 2009, p. 78); “Eu queria cavar um buraco naquele carpete rosa chiquérrimo, me enfiar dentro dele e morrer!” (Russell, 2009, p. 201).

A autora também se utiliza de várias comparações, mas elas são fracas, sem a força daquelas escritas por escritores de clássicos: “Ela era loira de olhos azuis e estava vestida como se acabasse de sair de uma sessão de fotos para a capa da Vogue (Russell, 2009, p. 23); “Pelo resto do dia, todo mundo que a Mackenzie convidava ficava babando nela, como se fosse um cachorro raivoso” (Russell, 2009, p. 57); “De repente, a Mackenzie fez uma careta e começou a me olhar como se eu fosse um chiclete grudado na sola do sapato” (Russell, 2009, p. 72); “Voltei para o corredor cambaleando, como um zumbi” (Russell, 2009, p. 111); “Elas ficaram nos observando como se fôssemos algum tipo novo de animal em exibição no zoológico ou coisa do tipo (Russell, 2009, p. 180)”.

O livro também conta com repetições que colaboram com a ideia de que os *best-sellers* não buscam uma linguagem original e inovadora: “Mas isso eu falo dentro da minha cabeça, então só eu mesma escuto.” (Russell, 2009, p. 26); “Mas isso tudo eu disse dentro da minha cabeça, então só eu mesma escutei” (pág. 21); “Mas isso tudo eu disse dentro da minha cabeça, por isso só eu mesma escutei” (Russell, 2009, p.94); ”Mas isso tudo eu disse dentro da minha cabeça, então só eu mesma escutei” (Russell, 2009, p. 150); “Mas eu disse isso dentro da minha cabeça, então só eu mesma escutei” (Russell, 2009, p.155); “Mas isso tudo eu disse dentro da minha cabeça, então só eu mesma escutei (Russell, 2009, p. 161)”;

“Mas gritei dentro da minha cabeça, então só eu mesma escutei” (Russell, 2009, p. 206); “Mas isso tudo eu disse dentro da minha cabeça, então só eu mesma escutei” (Russell, 2009, p. 230); “Porque, né, isso seria super imaturo” (Russell, 2009, p. 257).

Outro aspecto da literatura de massa é a linguagem facilitada, já comentada anteriormente. Assim, os escritores buscam facilitar a leitura, utilizando-se de recursos que não exijam muito do leitor, como veremos nos trechos retirados da obra analisada: “Agora, todos os detalhes daquele rosto perfeito estão gravados para sempre na minha mente” (Russell, 2009, p. 58):

Mas não contei a parte do Brandon, porque ainda estava com um pouco de vergonha disso. E também porque eu tinha certeza de que ele escolheria a Mackenzie em vez de mim. Se eu fosse um garoto também escolheria. Eu não tinha NENHUMA esperança de que o Brandon gostasse de mim de verdade (Russell, 2009, p.116).

“Mackenzie e suas amigas estão quase realmente me tirando do sério! Elas estão sempre fazendo comentários PÉSSIMOS sobre qualquer garota que passe a menos de dois metros. Quem elas pensam que são, sabe?” (Russell, 2009, p. 29).

Além disso, há situações de tensão presentes na narrativa, que prendem a atenção do leitor: a prova de matemática que a protagonista irá fazer; o momento em que pensamos que Nikki ganhará um celular; o suspense antes de sabermos quem está observando Nikki atrás de uma planta; quem vai abrir a porta do quarto do zelador, onde a protagonista está escondida; as amigas da Nikki querendo fugir de casa; Nikki presa com sua irmãzinha na casa Mackenzie, a garota má; Nikki pedindo transferência da escola, entre outros momentos.

Ademais, como acontecimentos espetaculares, ou chamativos, podemos destacar os seguintes exemplos: o tropeço que a protagonista leva na frente de toda escola no refeitório; os sonhos ruins sobre a fuga das amiga; estar na casa da arqui-inimiga; saco de batatas na cara da Nikki quando ela está na kombi do pai, que tem uma barata gigante no teto e que a fez ficar com vergonha; o jantar dos pais da protagonista com sapos e lesmas; Jason, o garoto mais popular da escola e presidente do grêmio estudantil conversa com Nikki e suas amigas; a roda de alunos que se forma ao redor de Nikki enquanto ela faz uma tatuagem no braço do Jason, e ela se sente uma popstar; Nikki correndo atrás do carro do pai com pijama e pantufas, atrasada para uma prova; Mackenzie vê Nikki saindo da Kombi com a barata e a humilha; a garota má desenha uma barata e escreve ‘garota inseto’ no armário escolar da Nikki.

Assim, o livro *Diário de uma nada garota popular* é uma obra voltada para o público jovem, que busca gerar prazer e entretenimento e trata de forma superficial os dramas da adolescência, sem aprofundamentos. Não é uma obra que tem como objetivo desafiar a erudição e edificação dos seus leitores, provocar reflexão, nem enriquecer seu imaginário.

### **3 CONCLUSÃO**

Portanto, na literatura de massa as obras são voltadas para um público amplo, possuindo forte influência do mercado. Suas preocupações giram em torno de agradar ao público, gerando prazer e entretenimento. Esses diferem dos livros infantojuvenis bem elaborados, cujo objetivo é levar o leitor à reflexão por sua valorização estética, embora possuam também teor pedagógico. Assim, devido à baixa literariedade das obras de entretenimento, sua despreocupação com a linguagem, seus recursos facilitados, seu desejo de manter a atenção do público leitor através de ganchos e momentos de tensão, elas não desafiam o leitor infantojuvenil e, desse modo, não enriquecem sua mente nem seu imaginário. Isto posto, a literatura de massa não deve ser colocada em primeiro lugar nas opções de leitura do público mais jovem, e para isso pais e educadores devem se preocupar sobretudo com a formação do leitor crítico a partir da escolha das obras.

## REFERÊNCIAS

ARANHA, G.; BATISTA, F. Literatura de massa e mercado. *Revista Contracampo*, Niterói, n. 20, p. 121–131, 5 nov. 2009.

COELHO, Nelly Novaes. *Literatura infantil: teoria, análise e didática*. São Paulo: Ática, 2000.

GONÇALVES, Franciely. Cultura de massa e valor: o caso dos best sellers. *Argus-a*, [S.l.], v. 9, n. 33, 2019. Disponível em: [https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/join/2017/TRABALHO\\_EV081\\_MD1\\_SA70\\_ID159\\_12092017134758.pdf](https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/join/2017/TRABALHO_EV081_MD1_SA70_ID159_12092017134758.pdf). Acesso em: 14 set. 2025.

LIMA, S. A.; SOUZA, A. P.; CORSI, S. S. O best-seller e a formação do gosto pela leitura dos jovens leitores. *Revista Eco-Pós*, Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, p. 190–204, 2015. DOI: 10.29146/eco-pos.v18i1.1387. Disponível em: [https://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/view/1387](https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1387). Acesso em: 15 set. 2025.

MELO, W. C.; PIMENTEL, R. G. Literatura e cultura de massa: por que ler os clássicos? In: *JORNADA DE DIDÁTICO*, 5., [2017], Londrina. Anais [...]. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, [2017]. Disponível em: <https://hal.science/hal-01396701/document>. Acesso em: 30 jun. 2025.

SILVA, F. M. Cultura e Mercado: o best-seller em questão. *Revista Internacional interdisciplinar Interthesis*, Florianópolis, v. 3, n. 2, jul./dez. 2006. Disponível em: [<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5175620.pdf>]. Acesso em: 4 jul. 2025.

OLIVEIRA, N. D. A.; RUFINO, E. A. A importância da imaginação moral na formação do imaginário para a educação. In: *ENCONTRO INTERNACIONAL DE JOVENS INVESTIGADORES*, [2017], Campina Grande. Anais eletrônicos [...]. Campina Grande: Editora Realize, [2017]. Disponível em: [https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/enj/2017/TRABALHO\\_EV081\\_MD1\\_SA70\\_ID159\\_12092017134758.pdf](https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/enj/2017/TRABALHO_EV081_MD1_SA70_ID159_12092017134758.pdf). Acesso em: 14 jun. 2025.

PAZ, Eliane Hatherly. Massa de qualidade. In: *SEMINÁRIO BRASILEIRO SOBRE O LIVRO E HISTÓRIA EDITORIAL*, 1., 2004, Rio de Janeiro. Anais [...]. Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 2004. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/268446948\\_LITERATURA\\_DE\\_MASSA\\_E\\_MER\\_CADO](https://www.researchgate.net/publication/268446948_LITERATURA_DE_MASSA_E_MER_CADO). Acesso em: 15 set. 2025.

RUSSELL, Rachel Renée. Diário de uma garota nada popular: histórias de uma vida nem um pouco fabulosa. 20. ed. São Paulo: Verus, 2015.

SODRÉ, Muniz. Best-seller: a literatura de mercado. 2. ed. São Paulo: Ática, 1988.