



Ana Carolina Barbosa Carpintéro

**Caminhos da literatura na internet:
O *booktube* e a partilha de experiências de leitura.**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Literatura, Cultura e Contemporaneidade do Departamento de Letras da PUC-Rio.

Orientadora: Profa. Vera Lúcia Follain de Figueiredo

Rio de Janeiro
Abril de 2019



ANA CAROLINA BARBOSA CARPINTERO

**Caminhos da literatura na internet: o booktube
e a partilha de experiências de leitura**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Literatura, Cultura e Contemporaneidade da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo.

Profa. Vera Lucia Follain de Figueiredo
Presidente
Departamento de Letras – PUC-Rio

Prof. Marcio Souza Gonçalves
UERJ

Profa. Eliana Lucia Madureira Yunes
Pesquisadora autônoma

Rio de Janeiro, 25 de abril de 2019.

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Ana Carolina Barbosa Carpintéro

É coordenadora do Núcleo de Imagem e Som da UNIRIO, bacharel em Comunicação Social, habilitação Relações Públicas, pela UERJ (2008) e especialista em Produção de Moda pela Universidade Veiga de Almeida (2011).

Ficha Catalográfica

Carpintéro, Ana Carolina Barbosa

Caminhos da literatura na internet : o *booktube* e a partilha de experiências de leitura / Ana Carolina Barbosa Carpintéro ; orientadora: Vera Lúcia Follain de Figueiredo. – 2019.

132 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)—Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Letras, 2019.

Inclui bibliografia

1. Letras – Teses. 2. Booktube. 3. Práticas de leitura na internet. 4. Cultura participativa. 5. Convergência. 6. Crítica literária contemporânea. I. Figueiredo, Vera Lúcia Follain de. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Letras. III. Título.

CDD: 800

Aos leitores de transporte público.

Agradecimentos

À PUC-Rio pelos auxílios concedidos e por valorizar a pesquisa e o ensino de qualidade.

Aos meus professores da Pós-Graduação, em especial a minha orientadora Vera Follain de Figueiredo, pelas aulas exemplares e contribuição para minha formação.

Aos membros da minha banca, Eliana Yunes pela troca constante e rica nos encontros do projeto Galeria do Leitor e Márcio Gonçalves pelas inesquecíveis aulas na graduação e por resistir junto a nossa querida UERJ.

A minha rede de amigos, colegas e fontes de informação: Tatiany Leite, Augusto Assis, Mellory Ferraz, Caroline Germano, Victor Almeida, Pamela Gonçalves, Iara Picolo, Elisa Gonçalves, Mabi Costa, Bruna Miranda, Paola Siviero, Raffa Fustagno, Katy Navarro e Almerinda Stenzel, pela confiança.

Aos ouvidos das minhas companheiras de café e biblioteca: Bruna Lacerda, Caroline Façanha, Fernanda Resende e Vanessa Cordeiro, pela atenção.

Aos ombros que me acompanharam até aqui, em especial aos das minhas irmãs de CPII, de FCS e de PUC, pelo apoio.

Às mãos da melhor equipe de trabalho, por segurarem as pontas.

E aos braços que me envolvem todos os dias, Marcello, por tudo.

Resumo

CARPINTÉRO, Ana Carolina Barbosa; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain (Orientadora). **Caminhos da literatura na internet: o booktube e a partilha de experiências de leitura.** Rio de Janeiro, 2019. 132p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Ebooks, audiolivros, adaptações para séries, filmes e jogos, aplicativos de discussão de leitura, redes sociais para leitores e conteúdo de nicho sob demanda a um clique de distância. Nesta nova dinâmica de fluxo de narrativas na era da convergência, um grupo de internautas produz vídeos para compartilhar sua experiência de leitura de livros na plataforma YouTube: os *booktubers*.

Objeto desta pesquisa, o *booktube* – comunidade formada por produtores e espectadores dos vídeos – aponta para novas relações com a literatura entre a geração de nativos digitais. O caminho traçado nesta investigação propõe três momentos: o ‘antes’, um levantamento sociocultural e tecnológico de fatores que levam os leitores a falar de livros na internet; o ‘durante’, uma análise do conteúdo que é produzido pela comunidade e sua relação com a crítica literária, a mediação de leitura e o mercado editorial; e o ‘depois’, um estudo de caso de usos institucionais do *booktube* como incentivo à formação de leitores e promoção de cultura.

As discussões propostas são baseadas na cultura participativa, na de nicho e na da convergência, nos conceitos de transmídia e mediação de leitura e na perspectiva do jornalismo cultural e dos estudos culturais.

Palavras-chave

Booktube; práticas de leitura na internet; cultura participativa; convergência; crítica literária contemporânea.

Abstract

CARPINTÉRO, Ana Carolina Barbosa; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain (Advisor). **Paths of literature at the web: The booktube community and the sharing of reading experiences** Rio de Janeiro, 2019. 132p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Ebooks, audiobooks, movies, series and games adaptations, book discussion apps, social media for readers, and niche content on demand just a click away. On this new dynamic of narrative flow at the age of convergence, a group of web users make videos to share their book reading experiences at YouTube: the booktubers.

Object of this research, the booktube – community formed by creators and audience – points to new relationships with literature among digital natives. The outline of this investigation suggests three moments: the 'before', a sociocultural and technological survey of factors that lead readers to talk about books on the internet; the 'during', an analysis of the content that is produced by the community and its relation with literary criticism, reading mediation and the publishing market; and the 'after', a case study of institutional uses of the booktube as a reading incentive and promotion of culture. The proposed discussions are based on participatory, niche and convergence cultures, on the concepts of transmigration and mediation of reading and on the perspective of cultural journalism and cultural studies.

Keywords

Booktube; online reading practices; participatory culture; convergence; contemporary literary criticism.

SUMÁRIO

1. Introdução	12
2. O fenômeno booktube	17
2.1. “Booktubers são produtores de conteúdo digital sobre livros e literatura no youtube”	18
2.1.1. Broadcast, Narrowcast e a Cauda Longa	19
2.1.2. Nichos: fatias de mercado e microculturas	21
2.2. “Suas resenhas em vídeo compartilham com a comunidade algumas de suas recentes experiências de leitura”	25
2.2.1. O show do Eu	26
2.3. “Os comentários ao livro partem de um lugar não especializado, em sua maioria sem o apoio de textos técnicos ou teóricos”	27
2.3.1. Autoridade em declínio	29
2.3.2. Hiperconsumir literatura	30
2.4. “desejam estimular o diálogo com seus pares leitores”	32
2.4.1. Clubes de assinatura	33
2.5. “que assistem aos vídeos e comentam suas opiniões”	35
2.5.1. Uma conversa 24/7	38
2.5.2. Interações além da leitura	40
2.6. “como em outras redes sociais”	42
2.6.1. Você escolhe	46
3. Técnica, performance e discurso	48
3.1. O fazer booktube	48
3.1.1. Aspectos técnicos	49
3.1.2. Tipos de vídeo mais populares	53
3.2. A vídeo-resenha	57
4. A horizontalidade do discurso em três atos: mediação, consumo e opinião	70

4.1. Leitores, narradores e mediadores	70
4.1.1. Leitura, Fruição e Interpretação	70
4.1.2. Mediar e ser ponte	73
4.2. O booktuber como influenciador no mercado editorial	76
4.2.1. O insustentável negócio das megalivrarias	78
4.2.2. Influenciador digital e amador profissional	81
4.3. O booktube e a crítica literária: aproximações e distanciamentos	95
4.3.1. Uma visão propositiva: a fancrítica	99
5. Amador institucional: uma análise do Prêmio Instituto Pró-Livro e do Concurso Cultural #GoeTube	103
5.1. Prêmio IPL- Retratos da Leitura	103
5.2. Goetube	108
6. Considerações Finais	114
7. Referências Bibliográficas	118
Anexo	123

Lista de figuras

Figura 1 - Exemplo de gráfico de cauda longa	21
Figura 2 - Campanha da Coca-Cola 2016	32
Figura 3 - Comentários à resenha sobre o livro 'Lolita' no canal 'Ler Antes de Morrer'	38
Figura 4 - Comentários ao vídeo "Chegou a hora de falar sobre Lolita" do canal Bel Rodrigues	40
Figura 5 - Comentários à resenha de Bruna Miranda sobre "O Céu sem estrelas"	41
Figura 6 - Resenha de Paola Aleksandra publicada nas redes sociais (a começar pelo canto superior esquerdo, em sentido horário) YouTube, Twitter, Instagram e Facebook	43
Figura 7 - Vlog sobre a visita aos cenários da novela Orgulho e Paixão	44
Figura 8 - Tatiana Feltrin pede para seguidores escolherem sua próxima leitura	46
Figura 9 -Victor Almeida realiza enquete no twitter e posta vídeo vencedor no Youtube	47
Figura 10 - Exemplos de cenários	50
Figura 11 - Juliana Cirqueira e Yuri Al'Hanati em momentos 'bastidores'	53
Figura 12 - Comentários sobre a motivação em ler Moby Dick em conjunto	55
Figura 13 - Impressões sobre trecho de Moby Dick lido em conjunto	56
Figura 14 - Exemplos de vídeos de TAG: a dos Clichês à esquerda e a dos Calhamaços à direita	57
Figura 15 - título e miniatura do vídeo sobre Capitães da Areia	59
Figura 16 - Miniatura e título do vídeo sobre O Auto da Maga Josefa	62
Figura 17 - Miniatura e título do vídeo sobre o livro 'O quarto de Jacob'	65

Figura 18 - Comentários a resenha de Mell Ferraz sobre O Quarto de Jacob	75
Figura 19 - Comentários à resenha Victor Almeida sobre Capitães da Areia	75
Figura 20 - Informações sobre apadrinhamento do canal Bel Rodrigues	82
Figura 21 - Informações sobre apadrinhamento do canal Ler antes de Morrer	83
Figura 22 - Victor Almeida em transmissão de vídeo ao vivo	84
Figura 23 - Vídeo com conteúdo publicitário de Paola Aleksandra	89
Figura 24 - Vídeo com conteúdo publicitário de Bel Rodrigues	90
Figura 25 - Comentários ao publieditorial “Livros sobre crimes reais que serão lançados no Brasil”	91
Figura 26 - Cenários de Vá Ler um Livro	106
Figura 27 - <i>Workshop</i> com embaixadores do concurso cultural GoeTube	110
Figura 28 - Ganhadoras do concurso cultural GoeTube	112

1 Introdução

Fundada por Ptolomeu Filadelfo no início do século III a.C., a Biblioteca de Alexandria é considerada um dos maiores tesouros da Antiguidade. Foi com ela que o livro passou de ferramenta de apoio ao ensino a objeto de representação de saber, valioso quando acumulado em acervo. Sua localização, porém, se apresentou como um mistério impossível de desvendar por diversas gerações de arqueólogos. Enquanto fontes clássicas descreviam a Biblioteca como parte da tumba de Ramsés, as inférteis escavações, uma após a outra, apontavam para o provável caráter mítico de sua existência. Seria uma biblioteca imaginária, uma alegoria à reunião de todo conhecimento humano?

Jean-François Champollion, o decifrador da pedra de Roseta, em sua expedição ao Egito em 1828 foi também em busca da célebre ‘*salle de livres*’, como chamara a Biblioteca. Assim como seus colegas pesquisadores, Champollion não pode ver aquilo que se escondia às claras: a procura pelo espaço moderno de biblioteca, como uma sala de leitura onde as estantes dispunham de exemplares de livros enfileirados, ia de encontro à representação da biblioteca do período antigo. O termo grego *bibliotéke* significa, primeiramente, ‘estante’ e não o recinto que as abriga e, mais importante de tudo, o meio físico para o registro do saber da época não poderia ser encontrado em livros quando o suporte material de escrita era o rolo de pergaminho.

Mesmo que localizada a um palmo de distância dos arqueólogos modernos, a Biblioteca de Alexandria permaneceria ocultada pela projeção da materialidade do meio de comunicação dominante no período de sua busca. Ali mesmo, na tumba de Ramsés, como indicado no mapa de Hecateu (séc I a.C) já famoso entre os arqueólogos, estariam escavadas nas paredes as estantes com os rolos da monumental biblioteca. Enquanto procurassem salas, e não estantes escavadas, livros, e não rolos de papiro, a grande Biblioteca de Alexandria permaneceria escondida a plena vista.

Esta pequena fábula apresentada por Luciano Cãnfora (1989) em ‘A Biblioteca Desaparecida’ nos serve de alegoria para introduzir o objeto desta pesquisa, o *booktube*. Será possível entendermos as suas dinâmicas na web e nas redes sociais ao analisá-lo sob o crivo de conceitos forjados na era analógica ou

procuramos rolos de papiro em uma sala de livros? E se precisarmos recalibrar as ferramentas com as novas medidas, como criticar sua produção sem ter o distanciamento histórico necessário, ou sem se tornar um funcionário do contemporâneo? Estes são riscos que esta pesquisa está ciente de correr ao conceituar um fenômeno em acelerada transformação, mas que, frente ao impacto que vem causando no cenário da crítica, da mediação e do mercado literário transformam as dúvidas em provocações que reforçam a relevância do estudo.

Em relatório recente publicado pela empresa Google, nos últimos 4 anos o consumo de vídeos online cresceu 135% no país, sendo o site YouTube o destino mais popular entre brasileiros. Quanto aos *youtubers* – os criadores de conteúdo desta plataforma –, 76% dos entrevistados disseram conhecer o termo e 77% afirmaram acompanhar pelo menos um canal no YouTube. Como veremos mais profundamente no primeiro capítulo, os *booktubers* fazem parte da categoria *youtuber*, mas apresentam foco na temática de livros e literatura. Ainda sobre a pesquisa Google, no ranking de influência de opinião, os *youtubers* se encontram em terceira colocação, atrás somente de familiares e amigos, mas à frente de jornalistas e noticiários.

Estes dados de crescimento apontam para as rápidas transformações nos usos da plataforma e para a força que as mídias sociais vem ganhado nos últimos 15 anos. Lançado em 2005 por Chad Hurley e Steve Chen como um serviço que tentava eliminar as barreiras técnicas para facilitar o compartilhamento de vídeos na internet, o YouTube contava com uma interface simples, na qual o usuário poderia fazer o *upload*, publicar e assistir vídeos em *streaming*, ou seja, sem utilizar espaço de armazenamento do dispositivo, sem a necessidade de grande conhecimento técnico (BURGUESS & GREEN, 2009). O que começou como um repositório de vídeos, logo se transformou em um espaço único de visibilidade de vídeos amadores.

Até o ano 2012, o slogan “*Broadcast Yourself*” (transmita-se) indicava o principal propósito do site: ser uma “plataforma destinada a expressão pessoal” (JEFFMAN, 2015). Os *vlogs*, uma versão audiovisual dos *blogs*, tornaram-se seu carro-chefe e o compartilhamento de experiências pessoais em formato de vídeo se popularizou. A técnica do streaming de vídeos passa ao segundo plano e o site se estabelece enquanto rede social. Canais amadores sobre moda e beleza, videogames, humor, entre outros, crescem com a força do engajamento da

audiência e chegam a acumular milhões de inscritos. Em 2016, a empresa lança a campanha ‘Novos Tempos. Novos ídolos.’¹ em território nacional e aponta para a mudança de dimensão do alcance da rede: o criador de conteúdo amador é projetado a ídolo da internet.

Com números que impressionam – são mais de um bilhão de horas de vídeos assistidas por dia² – o YouTube é hoje a segunda ferramenta de pesquisa mais popular do mundo, ficando atrás apenas do site Google. Seu conteúdo é disposto em páginas pessoais ou empresariais conhecidas como ‘canais’. Conforme veremos no capítulo a seguir, estes canais produzem e publicam atualmente conteúdos com recortes temáticos específicos, conhecidos como conteúdos de nicho, sendo o objeto desta pesquisa um deles.

Por não ser uma categoria oficializada pela plataforma, torna-se praticamente impossível precisar quantos canais de *booktube* existem no Brasil e no mundo, mas para termos ideia da dimensão da comunidade no país, trazemos alguns números disponíveis ao público:

561.834 – o número de inscritos do maior canal do *booktube* brasileiro, “Bel Rodrigues”³

30.320.713 – o número total de visualizações de vídeos postados no canal da pioneira do *booktube* no país, Tatiana Feltrin⁴

1.192.125 – o número de visualizações da resenha mais popular do canal de Bel Rodrigues.⁵

Mesmo que ainda não haja forma de medir o quanto dessas visualizações são efetivamente convertidas em leitura e/ou compra dos livros citados nos vídeos, o crescimento da comunidade *booktube*, tanto em produção de conteúdo quanto em engajamento dos espectadores (com participação constante na caixa de comentários dos vídeos e em outras redes sociais), demonstra a potência do objeto de estudo.

Frente a baixos índices de leitura⁶ e previsões pessimistas sobre o futuro dos livros na era digital, esse grupo recorre à internet para buscar e criar comunidades

1 Disponível em: <<https://emails.estadao.com.br/blogs/querido-leitor/o-slogan-mais-perfeito-do-momento-e-do-youtube-novos-tempos-novos-idolos/>>. Acesso em: 18/02/19.

2 Disponível em: <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>>. Acesso em: 18/02/19.

3 Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCb1prWGxoiUDIHr6ymRQOw>>. Acesso em: 18/02/19.

4 Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/tatianagfeltrin/about>>. Acesso em: 18/02/19.

5 Disponível em: <<https://youtu.be/tFITDZI83B8>>. Acesso em: 19/02/19.

leitoras. O entendimento do *booktube* enquanto comunidade nasce dos próprios produtores e é esse o ponto de vista adotado na pesquisa: um espaço virtual de troca de experiências similar aos “clubes de leitura” formados por amantes de literatura.

Fora de um discurso de autoridade em que o especialista (sendo crítico, professor ou resenhista) indica uma obra de acordo com sua relevância no campo literário, as indicações de leituras neste grupo são baseadas no gosto pessoal, nos sentimentos suscitados pela história e personagens, e em como aquelas sensações reverberam junto às vivências do leitor e se transformam em interpretações singulares. Entendendo esta partilha de experiências dentro da cultura da web 2.0, onde a troca estimula a ‘inteligência coletiva’⁷, o *booktube* incentiva a comunicação horizontalizada e produz novas dinâmicas de construção de sentido.

Esta pesquisa adota como metodologia a observação participativa da comunidade na plataforma YouTube e em seus perfis nas redes sociais Instagram e Twitter; a análise de discurso de resenhas em vídeo; conversas com produtores de conteúdo, autores, jornalistas e profissionais do mercado editorial; estudo de casos e levantamento bibliográfico.

O desenho deste trabalho se dá na intenção de trazer uma trajetória de ‘antes, durante e depois’. No primeiro capítulo apresentamos uma proposta de definição do termo *booktube*, envolvendo a produção de conteúdo e os processos que a circundam. Analisamos assim o ‘antes’, o contexto sociocultural e tecnológico de onde nasce o comportamento de ‘compartilhar suas experiências na internet’ e como esta prática se insere na cultura de nicho e de fã, na convergência de mídias, na espetacularização do íntimo e na cultura participativa da web 2.0.

Nos capítulos 3 e 4 apresentamos o ‘durante’, o que está sendo produzido no momento. Iniciamos com a análise de três resenhas em vídeo e a contextualização de sua produção e recepção pelo público e seguimos com a problematização de práticas da comunidade em três vias: mediação de leitura, mercado editorial e crítica. Segundo nosso levantamento de produção científica e cobertura jornalística do objeto, estes pontos se apresentam como os mais férteis e atuais para nossa pesquisa.

6 Segundo o 4º Retratos da Leitura, a média de livros lidos por ano no país é 4,96.

7 Conceito de Pierre Lévy.

A discussão sobre mediação entra em cena por se tratar do entendimento do *booktube* enquanto clube de leitura virtual e ferramenta de incentivo à leitura; já as relações com o mercado, pelo impacto que este novo espaço de publicidade de livros vem gerando nas vendas e sua fragilidade quanto a questões éticas; por fim, a crítica literária se destaca pelo momento atual, quando o número de publicações tradicionais de suplementos e revistas literárias decresce enquanto o de canais, blogs e perfis de redes sociais sobre literatura aumenta.

O último capítulo desta dissertação estuda dois casos que envolvem a comunidade *booktube* e instituições de prestígio na área de leitura e cultura: o Instituto Pró-Livro, que homenageou canais de *booktube* como figuras importantes para a divulgação da leitura no país e o Instituto Goethe, de promoção da cultura alemã, que realizou um concurso cultural incentivando a produção de vídeos com relatos de leitores de literatura alemã. Desta maneira, apresentamos o que seria o ‘depois’ no desenho da pesquisa: a consolidação do formato e da linguagem utilizados na comunidade e o reconhecimento institucional de sua relevância para o campo das artes e da cultura.

2 O fenômeno *booktube*

(...) *Embora as coisas contadas
e todo o mirabolante,
em nada ou pouco variassem
nos crimes, no amor, nos lances,
e soassem como sabidas
de outros folhetos migrantes,
a tensão era tão densa,
subia tão alarmante,
que o leitor que lia aquilo
como puro alto-falante,
e, sem querer, imantara
todos ali, circunstantes,
receava que confundissem
o de perto com o distante (...)*

João Cabral de Melo Neto, *A descoberta da Literatura*

Este capítulo tem por objetivo analisar o *booktube* como fenômeno de comunicação e o panorama social que leva usuários de internet a utilizar a plataforma de vídeos YouTube como canal de divulgação de opiniões e resenhas literárias. Por se tratar de uma temática ainda recente para o campo da literatura – o canal mais antigo do país foi criado em 2007 –, ainda são poucas as pesquisas que se debruçam sobre o assunto. Devido a esta razão, pretendemos contribuir com o estudo da área ao delinear um conceito abrangente, mas não totalizante, do termo *booktube*.

Após um grande período de observação participativa da comunidade e suas interações; conversas com booktubers, inscritos e profissionais do mercado editorial; pesquisa bibliográfica e reflexão sobre usos das redes sociais e o comportamento de nativos digitais no contemporâneo, chegamos ao seguinte conceito: *booktubers* são produtores de conteúdo digital sobre livros e literatura no youtube. Suas resenhas em vídeo compartilham com a comunidade algumas de suas recentes experiências de leitura. Os comentários ao livro partem de um lugar não especializado, em sua maioria sem o apoio de textos técnicos ou teóricos, e desejam estimular o diálogo com seus pares leitores, que assistem aos vídeos e comentam suas opiniões, não só na plataforma de vídeos como também em outras redes sociais.

Ao longo do capítulo, analisaremos as afirmações apresentadas neste conceito. Cada subcapítulo terá como título um trecho do texto acima e seu desenvolvimento irá contextualizar, justificar e exemplificar as questões respectivamente envolvidas.

2.1

“Booktubers são produtores de conteúdo digital sobre livros e literatura no youtube”

Críticos, livreiros, influenciadores e fãs, tantas são as classificações que procuram encaixar o ‘fazer *booktube*’ que, até o momento, não há um consenso. Como o objetivo neste primeiro momento é conceituar o objeto de forma ampla, escolhemos a expressão “produtor de conteúdo” para definir a ação de roteirizar, gravar, editar, postar e divulgar um vídeo sem que nela se incluíssem as problematizações do trabalho. Este tipo de discussão categórica terá espaço na pesquisa no capítulo seguinte, onde será analisado o conteúdo de vídeos publicados pela comunidade. Porém independentemente da interpretação sobre o teor de uma resenha em vídeo, é inegável que os *booktubers* são os principais responsáveis por produzir o conteúdo compartilhado em suas redes.

Profissional de mídia que vem ganhando cada vez mais espaço na última década, o ‘produtor de conteúdo’ nada mais é do que o novo tratamento que se tem dado ao trabalho que escritores, jornalistas e intelectuais já vinham realizando ao longo dos séculos. Produzir textos ficcionais, informativos e reflexivos hoje ganha novas vozes e suportes. Com a democratização das ferramentas de produção de textos, fotos e vídeos e a pulverização dos veículos de mídia, o internauta tem nas mãos a oportunidade de se aproximar da condição de autor, situação análoga à tratada por Walter Benjamin na conferência ‘O autor como produtor’:

Na medida em que essa dimensão [literária na imprensa] ganha em extensão o que perde em profundidade, a distinção convencional entre autor e público, que a imprensa burguesa preserva artificialmente, começa a desaparecer na imprensa soviética. Nela, o leitor está sempre pronto, igualmente, a escrever, descrever e prescrever. Como especialista –se não numa área de saber, pelo menos no cargo em que exerce suas funções–, ele tem acesso à condição de autor. (BENJAMIN, 1996 p. 124)

No universo de produção de conteúdo digital, é possível elaborar textos para *blogs* pessoais ou páginas de empresas, alimentar redes sociais com notícias e fotos relevantes para promover produtos, produzir vídeos tutoriais, didáticos, artísticos ou de relato pessoal, entre tantos outros usos para aplicativos inventados e reinventados. Nosso objeto de pesquisa é focado em trabalhar majoritariamente com audiovisual na plataforma YouTube. Dentro da especificidade da comunidade *youtuber* – nomenclatura de quem faz vídeos na internet por profissão ou *hobby* –, existe ainda mais um recorte, que é a produção em vídeo de relatos pessoais na temática ‘livros e literatura’.

Cabe aqui ressaltar que dentro dessa mesma temática, há ainda outros grupos de *youtubers*, como os professores de literatura que produzem videoaulas para sanar dúvidas de estudantes de ensino médio e trabalhar com preparação para o ENEM – estes produtores são categorizados no *edutube* (educação + youtube). Há também escritores que fazem vídeos para promover seus livros, falar do processo de escrita ou se conectar com o público leitor com vídeos lúdicos sobre suas viagens e rotina de casa. Esses também não são considerados *booktubers*. Conforme apresentado na definição do termo que inicia este capítulo, é necessário que haja o relato da experiência pessoal de leitura para que o produtor seja considerado membro da comunidade.

Frente a tamanha fragmentação, onde até mesmo no pequeno universo de ‘vídeos sobre literatura’ há espaço para novos recortes, diferentes produtores e diferentes públicos, podemos afirmar que o *booktube* pertence a uma cultura de nichos.

2.1.1

Broadcast, Narrowcast e a Cauda Longa

98%. Foi essa estatística que levou o pesquisador Chris Anderson a se interessar pelas novas dinâmicas de formação de mercado na era da internet banda larga. No ano de 2004, enquanto pesquisava sobre novas tendências na área de tecnologia, Anderson se deparou com uma empresa de streaming de músicas, algo como o precursor do Spotify, e, durante entrevista com seu CEO, foi desafiado a adivinhar a porcentagem de trilhas que eram vendidas pelo menos uma vez por trimestre no universo dos 10 mil álbuns disponíveis no serviço. Tentado a fugir da lógica dos 80/20 – fórmula convencional de vendas em que 20% dos produtos

correspondem a 80% do faturamento –, arriscou a resposta em 50%, considerando as peculiaridades do mercado digital, mas nunca estimaria o real número apresentado pelo dono da empresa.

Frente a esta estatística antiintuitiva, o autor de “A Cauda Longa” chegou a conclusão de que a facilidade de produção e distribuição de conteúdos na era digital faz com que o consumidor tenha a oportunidade de conhecer produtos que antes estariam ‘escondidos na prateleira’ ou sequer chegariam a ela por falta de apelo comercial. Isso então levaria a compras e escolhas muito mais diversificadas do que o usual:

A escassez exige grandes sucessos – se existe pouco espaço nas prateleiras ou nas ondas de broadcast, o único procedimento sensato é enchê-las com os títulos que venderão mais. E se essa for a única oferta, só se comprará isso. Mas e se o espaço for infinito? Nesse caso, os hits talvez sejam a maneira errada de encarar os negócios. Afinal os não-hits são muito mais numerosos do que os hits, e agora ambos estão igualmente disponíveis. (ANDERSON, 2006, p.8)

Números similares a estes eram também encontrados em serviços de vídeo sob demanda como Netflix e de venda de livros como Amazon. O baixo custo de armazenamento e distribuição de produtos facilitou a oferta, e a facilidade de encontrar conteúdos específicos encorajou a demanda. Consumidores com acesso a serviços *online* poderiam prontamente sanar suas necessidades específicas ou dar uma chance a novos produtos e marcas de pouco renome. Também na área de criação de conteúdo, *blogs* sobre assuntos muito específicos, ou páginas sobre notícias gerais com um tratamento diferenciado despontavam em audiência. O *broadcast* (transmissão ampla) dividia espaço com o *narrowcast* (transmissão estreita).

Embora tenha ocorrido a migração de parte da audiência ampla para a de nicho, é importante ressaltar que as grandes bilheterias de cinema, grandes audiências de TV e os mais-vendidos da literatura continuam a existir. Os grandes *hits* convivem com os não-*hits*, e a pulverização na relação oferta-demanda se converte em números que, quando lançados em gráfico, produzem uma curva denominada na estatística por “cauda longa”. Neste tipo de imagem matemática, o prolongamento inferior da curva é muito comprido em relação a sua cabeça e, por mais que os números baixem, dificilmente chegam a zero.

No gráfico abaixo temos em azul os sucessos de audiência ampla. Nota-se que são poucos os que se encontram no topo da popularidade e que a maioria dos

hits disputa espaço no meio deste eixo. Em seguida, na parte verde, estão os conteúdos pouco demandados com relação aos *hits*, porém muito específicos e diversificados e que, se somados, impactam financeiramente tanto quanto a fatia em azul do gráfico. Por isso, o mercado, ao perceber o potencial de lucro sobre estes segmentos, passou a localizar, investir e estimular a cultura de nicho.

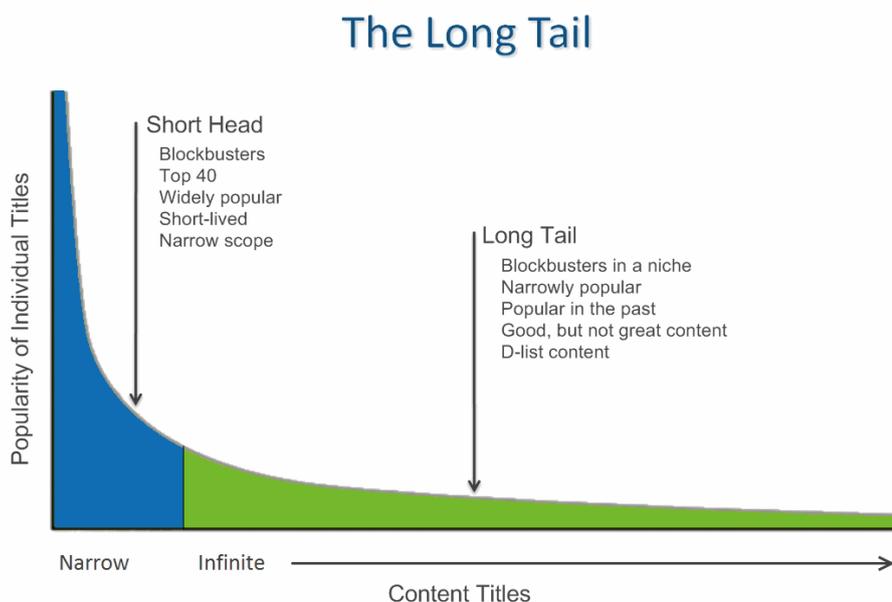


Figura 1- Exemplo de gráfico de cauda longa⁸

2.1.2 Nichos: fatias de mercado e microculturas

Você conhece algum *k-popper*? Ou algum vegano *fitness* com intolerância a glúten? Certamente no seu círculo social há um leitor de YA. Eles podem ser discretos, mas inegavelmente são muitos.

Pode parecer uma brincadeira, ou um vocabulário inventado, mas todos os exemplos acima são nichos reais que movimentam a produção cultural do país e representam cifras milionárias⁹. Pequenos hábitos, símbolos no vestuário ou gírias podem passar despercebidos por quem não faz parte dessas culturas, mas os integrantes de um nicho se reconhecem nos mais diversos grupos e mantêm, com

8 Figura disponível em: <<https://www.learningsolutionsmag.com/articles/154/e-learnings-long-tail-leaving-walmart-to-buy-from-amazon>>. Acesso em: 08/11/18

9 Brasil é o quinto país que mais consome alimentos de 'mercado saudável'. Informação disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-de-alimentacao-saudavel-cresce-sensivelmente-no-brasil/>>. Acesso em 30/01/19

a facilidade da internet, uma rede ampla, hiperconectada e capaz de gerar mobilização.

Tomemos o mercado de música pop coreana, o *k-pop*, por exemplo: os grupos de adolescentes de roupas e cabelos coloridos que cantam e dançam em videoclipes megaproduzidos na internet podem não significar nada a quem não pertença a este nicho, mas isso não impede que tal fenômeno tenha sido responsável por injetar mais de R\$ 70 bilhões¹⁰ na economia sul coreana em 2017. Além de música, o segundo produto de exportação mais importante do país é o audiovisual, com séries, filmes e novelas dramáticas¹¹. No Rio de Janeiro, há eventos mensais de bandas *covers* sul-coreanas que organizam competições e festivais¹².

Como acontece na sobreposição e multiplicidade dos papéis sociais (mãe, professora, síndica do prédio), nichos não são grupos isolados e seus membros podem participar de mais de um grupo de microcultura ao mesmo tempo. Em semelhança a teoria do ‘Tempo das Tribos’, de Michel Maffesolli (1998), as pessoas se reúnem e se identificam por afinidades, porém em outra chave de identificação de seus pares, que vai além da apresentação visual e de comportamento cotidiano ou territorial: as redes sociais e os filtros de busca da internet:

Sempre foi assim, mas apenas agora podemos expressar e explorar essas preferências. A resultante ascensão da cultura de nicho transformará o panorama social. As pessoas estão formando milhares de tribos de interesse culturais, conectadas menos pela proximidade geográfica e pelos bate-papos no local de trabalho do que pelas preferências comuns. Em outras palavras, estamos deixando para trás a era do bebedouro, quando quase todos víamos, ouvíamos e líamos as mesmas coisas, que constituíam um conjunto relativamente pequeno de grandes sucessos. E estamos entrando na era da microcultura, quando todos escolhemos coisas diferentes. (ANDERSON, 2006, p. 183)

Termo comum para abordar a dinâmica das redes sociais, o algoritmo é um conjunto de regras de informática que analisa os dados do usuário de internet, seja pelo histórico de navegação ou pelo perfil de uso da rede social, e categoriza

10 Dado disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2018/08/19/k-pop-como-funciona-a-multimilionaria-industria-de-idolos-da-coreia-do-sul.ghtml>>. Acesso em: 30/01/19.

11 Dado disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/mundo/asia/k-pop-e-novelas-se-tornam-novos-motores-da-economia-sul-coreana,b3fb415e03919c9187a1e5a036894275ta2jpl0z.html>>. Acesso em: 30/01/19.

12 Dado disponível em: <<https://extra.globo.com/tv-e-lazer/sucesso-na-coreia-do-sul-pop-conquista-milhares-de-fas-no-brasil-22516433.html>>. Acesso em: 30/01/19.

as informações de modo a lhe apresentar conteúdos e anúncios publicitários com maior relevância ou grau de afinidade. Neste movimento de retroalimentação de informação é onde se dá a formação das famosas ‘bolhas’: o internauta busca um tipo de conteúdo e em seguida é bombardeado por conteúdos similares.

Sem entrar na discussão sobre o potencial de alienação dessa lógica da bolha, é evidente que o estímulo à navegação por conteúdos similares fortaleça a cultura de nicho. Ao demonstrar interesse por tema específico, ou por ter ‘amigos’ (ou meros contatos nas redes) que ‘curtam’ tais conteúdos, o internauta é direcionado a páginas de *blogs*, sites de empresas, canais no YouTube, perfis no Instagram e Twitter, grupos e eventos no Facebook que tenham relação com o nicho, ou nichos, categorizados pelo algoritmo.

Para além teoria orwelliana desta cultura, cabe reforçar que o padrão de comportamento de um nicho pode ser alimentado pela lógica informática, porém ainda é a afinidade com a temática e com o grupo que estabelece a sensação de pertencimento. Como no tempo das tribos, ainda é o interesse partilhado que movimenta e amadurece as relações dentro dos nichos. Um exemplo que vem se estabelecendo como microcultura engajada e mobilizadora dentro do mercado editorial é o público de *Young Adult* (da sigla YA citada no começo desse subcapítulo) ou, em português, o segmento Jovem Adulto.

Até recentemente, a distribuição etária da ficção no mercado editorial do país se dava em literatura infantil, juvenil e adulta. Com a extensão da categoria adolescente, houve uma nova distribuição nas fatias do mercado juvenil. Criaram-se as categorias *young adult* (jovem adulto), para leitores de 13 a 18 anos, e *new adult* (novo adulto), para leitores de 18 a 25 anos; porém o público leitor desses mercados vai muito além da faixa etária. Com temáticas como primeiros amores, aventuras na escola, drama familiar, autoaceitação e descoberta de novos mundos (utópicos e distópicos), os leitores de *young adult* se identificam com a simplicidade e a dinamicidade da forma e a potência do conteúdo dos livros. Em comunidades de leitores de ficção jovem adulto, que são muitas, é possível encontrar pessoas de 30, 40 e até 50 anos.

Exemplos da extensão do público deste nicho, são os serviços de assinatura de livros YA, os canais de vídeo focados majoritariamente em livros dessa categoria e os encontros organizados para discussão sobre especificidades desta literatura. Não somente os fãs de Harry Potter lotaram os painéis e sessões

de autógrafa da FLIPOP¹³ – Festival de Literatura Pop – que teve sua segunda edição em 2018. O evento, organizado por selos jovens das principais editoras do país, movimentou público, cifras e gerou inúmeras postagens nas redes. Nota-se na internet não somente a mídia espontânea, com divulgação da programação do evento e interação entre participantes nos dias que antecederam o evento, mas também maciça postagem de vídeos ao vivo com trechos de palestras no Instagram (*stories*), fotos com autores e *booktubers* nos dias dos eventos e *vlogs* contando a experiência durante os três dias de encontro postados após o festival.

Frente ao engajamento e a interatividade digitais, um fator que não pode ficar fora da equação de crescimento da cultura de nicho é a democratização das ferramentas de produção de conteúdo digital. Não só está mais fácil encontrar sites e blogs com um recorte temático altamente especializado, como também é relativamente simples criá-los e alimentá-los. A ampliação da rede de banda larga e a multifunção dos aparelhos *smartphones* (que filmam, fotografam, editam e publicam) dão a chance de uma multidão de amadores chegarem mais próximo à produção e à distribuição que antes só eram acessíveis a um grupo seletivo de profissionais:

A consequência de tudo isso é que estamos deixando de ser apenas consumidores passivos para passar a atuar como produtores ativos. E o estamos fazendo por puro amor pela coisa (a palavra ‘amador’ vem do latim *amator*, ‘amante’, de *amare*, ‘amar’). O fenômeno se manifesta por toda parte – a extensão em que os blogs amadores estão disputando a atenção do público com a grande mídia, em que as pequenas bandas estão lançando músicas sem selo de gravadora e em que os colegas consumidores dominam as avaliações online de produtos e serviços é como se a configuração básica da produção tivesse mudado de ‘Conquiste o direito de fazê-lo’ para ‘O que está o impedindo de fazer?’. (ANDERSON, 2006, p. 61)

Por ser entendida como uma microcultura e representar uma fatia específica de produção de conteúdo, consideramos a comunidade *booktube* como um nicho e que, se analisada na escala ainda menor, abarca outros nichos. Dentro de nosso objeto de estudo há canais que se dedicam majoritariamente à literatura russa, outros priorizam literatura fantástica, ou da temática *queer* e há também os grupos mais interessados em romances de época, romances policiais, quadrinhos, entre outros.

13 Mais informações em: <<http://www.flipop.com.br/>>.

2.2

“Suas resenhas em vídeo compartilham com a comunidade algumas de suas recentes experiências de leitura”

Leituras do mês, *tour* da estante, favoritos do ano, etc. Tantos são os tipos de vídeo envolvendo o universo dos livros produzidos por essa comunidade, que se torna um desafio estudar o fenômeno sem ter um recorte de conteúdo. Optamos por destacar a resenha por considerá-la a categoria de vídeo mais comum e mais sólida na amostra. No capítulo seguinte, analisaremos em detalhes o teor de tais publicações, mas no momento focaremos em sua estrutura e em problemas que esse padrão levanta.

De acordo com a amostra, a narrativa desses vídeos começa com um breve resumo do enredo, podendo ter destaque alguns personagens principais, e segue com a descrição da experiência de leitura. A apresentação do livro costuma vir precedida de comentários sobre sua aquisição – se é emprestado de algum amigo, ganhou de aniversário, comprou em alguma viagem, evento ou promoção – e o porquê de sua leitura naquele momento – se o escolheu para se divertir nas férias, por ter inspirado algum filme ou série, por participar de alguma maratona literária, clube de leitura ou mês temático como o ‘mês do horror’ em outubro. No caso de campanhas patrocinadas por editoras ou autores independentes, é também neste momento que se anuncia a parceria comercial como motivação para leitura.

Comentários sobre aspectos físicos do exemplar também são bastante comuns em resenhas e podem ser sobre o projeto gráfico de livros físicos e digitais, sobre encadernação ou design de capa. Livros de capa dura e de folha amarelada costumam ter destaque e receber elogios neste quesito.

Aspecto crucial para a resenha em vídeo é a partilha de sensações durante a leitura. É neste ponto que o *booktuber* relata os momentos em que riu, chorou, se emocionou ou se decepcionou com o enredo e/ou personagens. São essas sensações que dão o tom ao vídeo, que pode ser bem-humorado e dinâmico ou sóbrio. Facilidades e dificuldades de leitura, problemas de texto ou tradução e identificação com a temática da história também são comuns. Neste mesmo sentido, a partilha das reflexões geradas pela leitura também tem destaque nas resenhas: no caso de o livro apontar para uma grande temática delicada ou polêmica, o *booktuber* pode compartilhar alguma vivência parecida com a da

ficção ou se posicionar a favor ou contra questões políticas e sociais suscitadas pela obra.

Ao final de todo vídeo, junto à saudação de despedida, está o *call to action*. De tradução livre ‘chamada para ação’, o recurso é muito popular entre criadores de conteúdo digital de todos os nichos, e é basicamente uma pergunta ou provocação que estimula o engajamento dos espectadores. Seja um pedido para se inscrever no canal, dar uma avaliação positiva, ou estender a discussão levantada na caixa de comentários, o produtor de conteúdo sempre incita a interação. Este desejo de interagir com o espectador é comum no meio por conta da lógica do algoritmo da plataforma, que dá mais visibilidade a vídeos com maior engajamento, porém no caso do *booktube*, o desejo de saber a opinião da audiência toma outro sentido, como veremos mais à frente neste capítulo.

É certo que cada *booktuber* apresenta sua especificidade quanto a abordagens a esses tópicos, podendo dedicar mais tempo ou mais profundidade a um ou a outro, mas de acordo com a observação deste tipo de material ao longo da pesquisa, estes foram os aspectos que se apresentaram mais populares em uma grande variedade de canais.

Continuando na análise do conceito proposto, seguimos os dois caminhos para a problematização deste subitem: i) o desejo de compartilhar com a comunidade no intuito de relatar a experiência e ii) a necessidade de confirmação da sua subjetividade pelo olhar do outro.

2.2.1 O show do Eu

A pesquisadora e professora Paula Sibilia, em seu livro ‘O Show do Eu: A intimidade como espetáculo’, aponta a complexidade de processos históricos e sociais que levaram a normalização da superexposição da intimidade nas redes. Essas versões de bolso de *reality shows* que se tem nos *vlogs* diários ou nas transmissões ao vivo de situações cotidianas, de acordo com a autora, são facilitadas pelo acesso às tecnologias necessárias, porém estas somente foram desenvolvidas para sanar a demanda que, de alguma forma, já existia na sociedade:

A causalidade, portanto, é assim revertida: em lugar de serem compreendidos como a sua causa, os dispositivos tecnológicos são fruto de certas mudanças históricas.

Uma vez que criados e adotados pela população, porém, acabam reforçando essas transformações e contribuem para suscitar outros efeitos no mundo. (SIBILIA, 2016, p.25)

Uma dessas transformações da sociedade seria o deslocamento da produção de subjetividades. Se na modernidade o sujeito procurava no ambiente interno, na sala de estar e na biblioteca o cultivo de um ‘eu interior’, apoiado na moralidade burguesa, na contemporaneidade a busca pela subjetividade migra para o exterior. É com base no olhar e na validação do outro que o homem constrói a sua personalidade.

Nesta nova economia dos *likes*, tanto os textos reflexivos quanto as fotos da última viagem de férias são publicados nas mídias sociais em busca de reconhecimento na rede de ‘amigos’. Tal reconhecimento, que pode ser medido em números de ‘curtidas’ ou comentários na publicação, acaba por incentivar, de maneira narcísica, a continuidade deste tipo de exposição. Desta forma o ciclo continua: o desejo de validação de uma experiência leva a sua publicação, o reconhecimento por parte do outro gera satisfação e a vontade de sentir-se admirado leva a nova publicação.

No caso dos *booktubers*, vemos na partilha de suas experiências de leitura um movimento de busca pela validação daquela atividade pela comunidade. Porém, ao lembrarmos que os encontros de círculos de leitura, com suas conversas entre leitores interessados em expandir suas interpretações de uma obra, são práticas bastante anteriores ao mundo digital, não é possível associar a prática *booktube* a somente este comportamento espetacular do contemporâneo. Existe nesta partilha online um desejo de ler em comunidade como uma extensão desta experiência inicialmente solitária. Essa chave de compreensão será desenvolvida ao longo dos próximos subcapítulos.

2.3

“Os comentários ao livro partem de um lugar não especializado, em sua maioria sem o apoio de textos técnicos ou teóricos”

Afirmar que *booktubers* não são especialistas em literatura conduz a uma série de questões sobre o que é ser especialista ou autoridade em determinado campo, como o papel do intelectual se desloca na dinâmica contemporânea de comunicação na web, se é necessário algum tipo de fundamentação básica para um leitor interpretar suas leituras, entre outras. Como o objetivo desta

conceituação é compreender o fenômeno de maneira extensiva, evitamos a negação de tal especialidade de quem produz as resenhas, mas afirmamos que os comentários sim, partem de um lugar não especializado, por não terem o apoio explícito de textos suplementares ou apresentarem teorias referenciadas.

Embora alguns produtores de vídeo deste nicho possuam diplomas em letras, jornalismo e educação, muitos defendem que este não é o lugar de onde partem seus relatos. Em diversos vídeos e eventos sobre o “fazer *booktube*”, e também em matérias jornalísticas recentes¹⁴, há um reforço do argumento de que seus comentários aos livros são espontâneos e muito mais próximos do leitor comum do que da análise técnica. É certo que ao pensar na teoria do leitor e no livro como obra aberta, temos em mente que a bagagem de vida, de leituras e também o arcabouço teórico influenciam na compreensão dos textos, mesmo que o leitor não procure objetivamente estas balizas na hora de gravar seu vídeo, mas estas influências exercem seu papel ao longo de toda experiência de leitura e não levam a uma sobreposição da análise teórica. Como consequência, nota-se a grande diversidade no conteúdo das resenhas e nos níveis de aprofundamento dos comentários.

Em vídeo intitulado ‘Afinal, quem tem cacife para falar de Literatura?’¹⁵, a *booktuber* Tatiana Feltrin levanta a discussão sobre a necessidade de se ter formação ou não para poder falar sobre livros na internet. Após ouvir um comentário desdenhoso em um vídeo – ‘tem muita gente falando desse livro na internet, gente que não tem nem cacife para poder falar desse livro’ –, Tatiana, que tem formação em Letras, se sentiu incomodada e publicou sua opinião sobre o assunto:

(...) você tem total liberdade para falar sobre o que você quiser na internet, gente. Não importa se é em vídeo no YouTube, se é no seu blog... no caso específico de literatura, se você expuser as suas ideias amparadas por uma boa base teórica, isso vai ser lindo, mas isso não é essencial. (...) Às vezes eu acho que a vaidade intelectual das pessoas impede que elas vejam o quão legal é a gente viver numa época em que eu posso ir na livraria, comprar vários, vir até aqui mostrá-los em um vídeo e perguntar: E aí, gente, vocês já leram? O que vocês acharam? Por qual vocês acham que eu devo começar? Ou se eu li um livro até o final, venho até aqui exponho minha opinião e vocês podem opinar também. Eu posso ter adorado um

14 Exemplo de reportagem sobre booktubers e suas especializações disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2018/10/01/booktubers-sao-os-novos-criticos-literarios-jabazeiros-ou-so-youtubers-que-falam-de-livros.ghtml>>. Acesso em: 01/01/19.

15 Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YrOGE_DVJHM>. Acesso em: 01/02/19.

livro que você detestou e você pode vir me dizer porque você detestou o livro, ou pode vir aqui ver um outro ponto de vista, de repente você não percebeu da história as mesmas coisas que eu tinha percebido. (...) Será mesmo que os professores de literatura precisam dar aula de literatura em vídeo? Eu acho que não. Eu acho que entrar em contato com pessoas que leram, que tem gostos parecidos comigo, pouco importando se essas pessoas são ou não qualificadas para falar de determinada obra, de determinado autor, isso pra mim já é o bastante! Nós estamos lendo e discutindo o que lemos, isso já não é o suficiente? (FELTRIN, 2013)

Tal discussão gerou uma série de vídeos na comunidade para concordar com o posicionamento de Tatiana. Em um deles¹⁶, a *booktuber* Verônica Valadares é categórica ao dizer que “o único pré-requisito para ter cacife para falar de literatura é ler o livro”.

No capítulo seguinte iremos aprofundar a pesquisa no conteúdo publicado por esses canais, mas nesse primeiro momento, o interesse é entender o caminho que leva o leitor a criar conteúdo de literatura sem sentir a necessidade ou a obrigatoriedade de responder a “um modo adequado de interpretação do texto” pré-definido por especialistas da área. No *booktube*, assim como nos relatos de consumo de outros bens culturais e de produtos em geral, toda vivência é válida.

2.3.1 Autoridade em declínio

Entendemos este distanciamento do “modo padrão de ler” e “modo padrão de resenhar” da comunidade como parte do processo de declínio do discurso de autoridade intelectual moderno. Há no *booktube*, de modo geral, o reconhecimento da crítica acadêmica e da resenha jornalística, porém não há procura por este tipo de embasamento. A leitura do *booktuber* se destaca por apresentar relação próxima com o texto e o discurso fortemente personalista, características diametralmente opostas ao distanciamento e à universalidade do pensamento intelectual da modernidade.

Em seu ensaio “Exílios e Diásporas: o intelectual na modernidade tardia”, Vera Figueiredo afirma que a preocupação com a identificação histórica das raízes do totalitarismo acaba por refletir na rejeição do papel do intelectual no final do século XX. O crescente relativismo que caracteriza nosso tempo constituiria um sintoma da recusa dos discursos totalizantes:

16 Vídeo disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=rC3IhliC6yc>>. Acesso em: 01/02/19.

A história do século XX se encarregou de colocar sob suspeita os chamados valores universais, e era em nome deles que falavam os intelectuais: era a suposta existência desses valores que lhes conferia autoridade e os levava a acreditar que detinham a verdade. (FIGUEIREDO, 2010, p.164)

Sem o intuito de apontar para soluções de restauração do papel do intelectual na contemporaneidade, nos interessa aqui entender as consequências de seu descrédito, somado ao discurso universal etnocêntrico e a sua relação com a exaltação da individualidade no capitalismo tardio como produção de sentidos em discursos que levam o relato pessoal à categoria de informação. Para se entender a importância do momento capitalista e da relação do consumo com a construção de subjetividades, é válido analisar o presente à luz dos espíritos do capitalismo.

2.3.2 Hiperconsumir literatura

Em termos gerais, temos o nascimento do mercado de massa no final do século XIX, quando se viu os grandes mercados nacionais tomarem o espaço dos pequenos comércios graças a inovações técnicas na produção em série e distribuição em larga escala. Este período, também conhecido como primeira fase do capitalismo, durou até o fim da segunda guerra mundial e teve como grande característica a democratização de bens duradouros e padronizados, como o automóvel modelo Ford T. Ao longo das três décadas do pós-guerra, os processos de produção e distribuição se aprimoraram e, com a necessidade constante por novas demandas, as mercadorias são adequadas a políticas de redução de seu tempo de vida, como a constante atualização de modelos da moda. Desta maneira, transforma-se o consumo em estilo de vida e coadjuvante na construção de subjetividades, como afirma Gilles Lipovetsky (2010, p.32):

Revolução do conforto, revolução do cotidiano, revolução sexual: a fase II encontra-se na origem da 'segunda revolução individualista' marcada pelo culto hedonista e psicológico, pela privatização da vida e a autonomização dos sujeitos face às instituições coletivas.

À medida que se banaliza o consumo para reafirmação de status social, costumes e particularismos de classe se desgastam e novas demandas surgem no capitalismo contemporâneo. Mais do que provar um ponto ao mundo exterior e demarcar seu pertencimento a uma tribo ou estatuto, o consumidor

constrói-se cada dia mais em função de finalidades, gostos e critérios individuais. É a era do hiperconsumo, fase III da comercialização moderna das necessidades orquestrada por uma lógica desinstitucionalizada, subjetiva, emocional. (LIPOVETSKY, 2010, p.36)

Desta forma, ao entender a comunidade *booktube* – tanto os produtores de conteúdo quanto a audiência – como hiperconsumidora de literatura, apontamos o comum uso do livro enquanto objeto para satisfação subjetiva pessoal em detrimento da apreciação de seu valor estético institucionalizado. Quando o *booktuber* deixa de fora da equação o saber acadêmico, ele não o faz por querer se contrapor à crítica tradicional, mas por colocar a sua relação subjetiva e emocional com o texto como chave de leitura. Enquanto isso, para os espectadores dos vídeos, o relato pessoal, pela mesma lógica, passa a ter valor de informação, já que encontra no catálogo de vídeos um cardápio das emoções que pode vir a sentir ao ler os livros.

Aquilo que designo por ‘consumo emocional’ não corresponde totalmente aos produtos e ambientes que mobilizam explicitamente os cinco sentidos. Trata-se de uma expressão que designa, à margem dos efeitos de uma tendência de marketing, a forma geral que assume o consumo quando ato de compra, já não comandado pela preocupação conformista relativamente ao outro, adquire uma lógica desinstitucionalizada e interiorizada, baseada na procura de sensações e de um melhor-estar subjetivo. A fase III traduz uma nova relação dos indivíduos com os artigos que instituem o primado da sensação, a mudança da significação social e individual do universo do consumo que acompanha o impulso de individualização das nossas sociedades. (LIPOVETSKY, 2010, p.39)

Um exemplo bastante representativo do capitalismo, e que consegue ilustrar a mudança nas relações de consumo ao longo de suas fases, é o marketing do refrigerante Coca-Cola. Tendo “*Delicious and Refreshing*” (delicioso e refrescante) como seu primeiro slogan, em 1886, a marca passou por diversos outros, como “*Refresh yourself*” (refresque-se), em 1924, e “*Ice Cold Sunshine*” (um raio de sol gelado) em 1932. Percebe-se claramente nessas campanhas a ligação da bebida com a função de matar a sede. Já na segunda fase do capitalismo, encontramos “*Sign of good taste*” (sinal de bom gosto) em 1957 e “*Things Go Better With Coke*” (tudo vai melhor com Coca-Cola) em 1962, evidenciando a associação com estilos de vida.¹⁷

17 História dos slogans da Coca-Cola disponível em: <https://www.cocacolabrazil.com.br/imprensa/release/sinta-o-sabor-conheca-os-slogans-da-coca-cola> Acesso em: 01/11/18.

Atualmente o mote da marca é “*Taste the Feeling*” (sinta o sabor) e as campanhas focam em vivências e experiências em que o ato de beber o refrigerante pode se fazer presente, mesmo não sendo a principal atividade da peça publicitária, ou ainda desaparece do quadro.



Figura 2- Campanha da Coca-Cola 2016.

A construção desse subitem de pesquisa se fez a modo de dar suporte à afirmação de que a resenha *booktube* parte do lugar da experiência pessoal e não do saber institucionalizado, visto que há um enfraquecimento do discurso universal e hermético da autoridade e que, as novas relações de consumo hipervalorizam as sensações e subjetividades individuais em detrimento do valor estético ou econômico dos bens.

2.4 “desejam estimular o diálogo com seus pares leitores”

Tais reflexões que, como sabemos, variam conforme a bagagem e o contexto de cada leitor, se multiplicam e se fortalecem quando partilhadas. Muito além da leitura funcional, Roland Barthes (1977, apud Yunes, 2014) defende que ler “é uma experiência que leva à reflexão sobre as situações, as personagens, colocando-os face a face com quem lê com uma pergunta inaudível: e eu, o que faria? Entra em cena a subjetividade que se vai criando na alteridade, na interação.”

Uma vez atravessado pela experiência que alterou sua percepção de mundo – ainda que em um episódio específico, os ecos se estendem ao conjunto da visão cultural e

ideológica que constitui o entendimento básico das coisas –, o leitor sente um irreprimível desejo de comentar, de “avisar” alguém do que se passou com ele diante de uma peça, um filme, um texto, uma paisagem; a “sensação” que se experimentou, pelo horror ou pela alegria, como apontava Aristóteles falando da tragédia, quer abrir passo à comunicação. (YUNES, 2014, p.5)

Se o jogo alteridade e interação é a chave para o leitor ampliar e consolidar sua experiência de leitura, certamente não se pode afirmar que o comportamento de compartilhar relatos de leitura em busca de diálogo seja reflexo da facilidade de acesso a redes sociais.

A leitura em voz alta foi ao longo dos séculos uma forma de sociabilidade. Fosse em cafés, livrarias ou na sala de jantar da família, afirma Roger Chartier (1998, p.143), ela “alimentava o encontro com o outro, sobre a base da familiaridade, do conhecimento recíproco, ou do encontro casual, para passar o tempo” e também “alimentava uma relação entre o leitor e a comunidade dos próximos”. Ao pesquisar as relações entre leitores e textos eletrônicos, onde não só a leitura destes seria realizada solitariamente, mas também em um espaço privado, já que nem mais ir à biblioteca buscar um exemplar emprestado se faz necessário, Chartier (1998, p.144) apontava para o risco da relação com o texto se separar completamente do espaço comunitário:

Está levantada a suspeita que nasce com as sociedades contemporâneas: será que elas vão dissolver o espaço público, não somente aquele da cidade antiga, em que se proferiam, e escutavam os discursos, mas também o espaço onde podiam articular-se as formas da intimidade e do privado com as formas do intercâmbio e da comunicação?

Notamos que hoje, vinte anos após a publicação do pesquisador francês, esta suspeita de rompimento da leitura com o espaço público se desfaz. Ao considerarmos a interação e o engajamento realizados na comunidade *booktube* como análogos à ‘relação do leitor com a comunidade dos próximos’ incentivadas pela leitura em voz alta do passado, percebemos o deslocamento da prática que antes seria do espaço público da cidade, ao espaço público da internet. Tendência essa que extrapola os limites do nosso objeto de pesquisa e se apresenta como uma frente com grande potencial de alcance de público e de retorno financeiro ao mercado editorial. Os populares círculos ou clubes de leitura que anteriormente se abrigavam em cafés, livrarias e na sala de casa, hoje encontram no *online* novos formatos e dinâmicas.

2.4.1 Clubes de assinatura

O crescimento da cultura participativa na internet, que expandiu as fronteiras da partilha de experiência de leitura, também pavimenta caminhos para o mercado editorial alcançar novos leitores. Fenômeno contemporâneo, os clubes de assinatura de livros vem conseguindo capitalizar o desejo do ‘ler junto’. Para além da venda de livros bem editados e com curadoria cuidadosa, estas empresas se diferenciam de práticas anteriores – como a da editora Círculo do Livro, sucesso nos anos 1970 e 1980 – por estimularem os associados a se sentirem parte de uma comunidade e a compartilharem suas opiniões com os colegas de clube.

Atualmente, o maior clube de assinatura de livros do país é a TAG – que tem subtítulo bastante adequado ao conceito de Lipovetsky abordado no tópico anterior – Experiências Literárias. Com mais de 40 mil leitores espalhados por mais de 2.100 cidades brasileiras¹⁸, o serviço entrega mensalmente na casa do associado um livro de edição exclusiva – com a curadoria de autores renomados – e algum objeto decorativo com um ‘brinde’. Já no mundo virtual, é através do aplicativo para celular que a empresa finaliza a entrega da estimada experiência de leitura. Com espaço para avaliar e ler as avaliações do colegas sobre as obras, marcar o status da leitura, acompanhar o crescimento de sua estante virtual, e conversar com outros membros, o ambiente de interação vem conquistando novos membros e garantindo a fidelização de antigos clientes. “Eu amo ler de tudo um pouco. Só que não tenho com quem conversar a respeito das leituras. Então entrar para um clube do livro é como entrar em um grupo: você encontra pessoas com os mesmos interesses.”¹⁹, diz um associado do clube.

Com o crescimento do número de assinantes do clube, esses encontros entre leitores passaram a ter suas versões fora do mundo virtual. Através de troca de mensagens no espaço de discussão de livros, os assinantes organizavam encontros mensais entre aqueles mais próximos geograficamente. Ao conversar com um representante da área de tecnologia da empresa, este declarou que muitas mudanças de interface do aplicativo se devem a demandas que surgem da

18 Dados coletados no site da empresa. Disponível em: <<https://taglivros.com/proposito>>. Acesso em: 02/02/19.

19 Depoimento disponível em: <<https://taglivros.com/como-funciona-um-clube-do-livro>>. Acesso em: 17/11/18.

comunidade de leitores: “Esses encontros presenciais começaram organicamente, mas sentimos que os associados estavam demandando essa funcionalidade no app também.”

O sucesso do modelo de negócios, premiado na categoria ‘inovação’ na Feira do Livro de Londres 2018²⁰, vem sendo multiplicado em versões de clubes de assinatura de editoras, de autores e de outros empreendedores do mercado editorial. Temos como exemplos o clube ‘Intrínsecos’²¹, da editora Intrínseca, que envia mensalmente a seus associados uma publicação inédita no país com projeto gráfico exclusivo e o ‘Clube de Romance da Carina’²², do grupo editorial Record com curadoria da autora Carina Rissi, que envia livros e brindes aos associados, além de acesso exclusivo a um bate-papo virtual com Carina para discutir as leituras.

Além destes dois exemplos, também se apresentam como clubes de leitura o ‘Garimpo’²³, que realiza curadoria e entrega de livros, o ‘Turista Literário’²⁴, que além de curadoria e entrega também envia itens com sabores e aromas que remetam a passagens do texto, e o ‘Nuvem Literária’²⁵ que não envia livros e oferece curadoria e espaços exclusivos para discussão das leituras realizadas em conjunto. Os dois últimos exemplos são de empresas criadas por *booktubers*.

2.5

“que assistem aos vídeos e comentam suas opiniões”

Em janeiro de 2001, um empresário americano chamado James Wales decidiu construir um repositório de conhecimentos tão extenso e rico quanto a biblioteca de Alexandria. Como diferencial, todo esse saber estaria não só disponível para consulta a apenas um clique de distância, como também seria

20 Notícia disponível em: <<https://www.taglivros.com/blog/tag-e-premiada-na-the-london-book-fair/>>. Acesso em: 02/02/2019.

21 Site do Clube Intrínsecos disponível em: <<https://www.intrinsecos.com.br/>>. Acesso em: 02/02/19.

22 Site do Clube de Romance da Carina disponível em: <<http://www.clubedacarina.com.br/>>. Acesso em: 02/02/19.

23 Site do Clube Garimpo disponível em: <<https://garimpo clube.com.br/>>. Acesso em: 02/02/19.

24 Site do Turista Literário disponível em: <<https://www.turistaliterario.com.br/>>. Acesso em: 02/02/19.

25 Site do Clube Nuvem Literária disponível em: <<http://clube.nuvenmliteraria.com/>>. Acesso em: 02/02/19.

construído e editado por qualquer pessoa na internet. Nascia ali a enciclopédia aberta e colaborativa mais famosa do mundo: a Wikipedia.

Diferentemente das enciclopédias em papel, que contam com equipes de especialistas, coordenadores, checadores, prazos de publicação e um número limitado de verbetes, a Wikipedia é escrita por milhares de voluntários de todos os tipos – desde especialistas seniores a jovens amadores – a todo tempo, no mundo todo. Os verbetes podem ser incluídos, traduzidos e editados por todos os usuários do site em tempo real via internet e a publicação é autorregulada. Esta revolução de modelo de informação é o marco do que chamamos de web 2.0.

No início da *world wide web*, após sua abertura para além do uso militar, as páginas institucionais eram utilizadas como espaços de distribuição de informação, onde as únicas operações permitidas ao usuário seriam a leitura e o *download* de conteúdo. Apenas desenvolvedores de *web* poderiam incluir ou alterar informações nestes, e a criação de novas páginas era algo oneroso e altamente especializado. Neste panorama de *web* 1.0, a principal atividade realizada é a consulta, algo bastante parecido com o tratamento de informações no modelo enciclopédia.

A abertura de espaços para comentários de usuários em sites, a viabilidade técnica para criação de fóruns de discussão e de plataformas simplificadas para desenvolvimento de *blogs* pessoais gerou uma mudança fundamental no comportamento dos usuários de internet. A *web* passou a ser uma via de mão dupla, com atividades de leitura e escrita e com abertura para um espaço colaborativo. Por isso trouxemos a criação da Wikipedia como marco na *web* 2.0, o ambiente de pesquisa de informações passa a ser o de troca de informações, rompendo com o padrão de conhecimento enciclopédico²⁶.

Pesquisadores das áreas de marketing e tecnologia de informação defendem que já nos encontramos no modelo *web* 4.0 (ALMEIDA, 2017), apoiado em base de dados e inteligência artificial, mas para nossa pesquisa, o movimento fundamental de mudança de paradigma é o da *web* 2.0 e a cultura participativa.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meio de comunicação. Em vez de falar sobre

²⁶ É válido ressaltar aqui que a comparação entre enciclopédia e Wikipédia ilustram a relação do internauta com os sites, mas não indica que a web 2.0 tenha inaugurado a interação entre leitor e texto. O livro já é uma Obra Aberta.

produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p.30)

Embora o produtor do vídeo ainda possua papel de destaque por ser quem dá o primeiro tom à discussão sobre o livro, no momento em que começam a surgir os comentários dos espectadores, todos se tornam participantes. É neste ponto onde o desejo do *booktuber* de estimular o diálogo se completa. Os inscritos do canal, como integrantes da comunidade de fãs de livros, e por isso, também tomados pela vontade de estender suas experiências de leitura e trocar relatos com seus pares, usam a caixa de comentários dos vídeos para dar suas opiniões e estimular debates. O *booktuber*, neste espaço, participa de forma horizontalizada, podendo ser visto como um mediador, mas não como uma autoridade.



Alicia MinegirlGames 6 meses atrás

Um narrador não confiável, à lá Dom Casmurro. Só ele fala, discursa, defende-se e seduz quem lê.

👍 2 🗨️ RESPONDER



Allan Godoy 9 meses atrás

Concordo com a sua posição, acho que a arte se trata de beleza e não deve ser qualificada pela moral. Uma história pode ter valor artístico tendo ou não uma moral.

👍 3 🗨️ RESPONDER



Danielly Carla da Veiga 2 meses atrás

Seu deboche descrevendo as descrições patéticas do HH, para justificar a pedofilia, é impagável 😂

Única resenha que me fez rir

Terminei o livro hoje e confesso que sofri pra terminar, nem a escrita poética me pegou. Nabokov que me perdoe, mas o livro é nojento.

👍 1 🗨️ RESPONDER



Ingrid Habby 9 meses atrás

Adorei a sua resenha! Faz um ano que comecei a embarcar nos clássicos e seus vídeos me ajudaram muito! Parabéns!!!!

Sobre Lolita: me deu mais coragem de lê-lo depois desse vídeo, mas ainda acho que vou deixá-lo mais pra frente, para quando for mais velha, sinto um embrulho no estômago só de lembrar sobre o que se trata, horrível.

👍 1 🗨️ RESPONDER



Figura 3- Comentários à resenha sobre o livro ‘Lolita’ no canal ‘Ler Antes de Morrer’²⁷

Esta dinâmica reforça a leitura de que o *booktube* é uma comunidade construída por pares onde o desejo do diálogo não é somente do criador do vídeo, mas de todos os membros. Também reforça que o produtor do conteúdo, que desafia, ou no mínimo, não se importa com a autoridade do discurso de especialista e as interpretações canônicas do texto, também é desafiado enquanto possível autoridade no assunto. O espectador também é livre para discordar de pontos levantados no vídeo sem precisar fundamentar suas opiniões em textos técnicos e acadêmicos. Toda interpretação é válida quando se baseia na experiência de leitura.

2.5.1 Uma conversa 24/7

²⁷ Vídeo e comentários disponíveis em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UtbFgG5IAPU>>. Acesso em: 30/01/19.

É válido ressaltar o fator tempo nessas discussões via caixa de comentários. Diferentemente de um clube de leitura presencial onde todas as opiniões são emitidas no período de um encontro, a troca de mensagens via YouTube ocorre de maneira fragmentada no tempo. No momento que segue a publicação do vídeo, os inscritos no canal recebem uma notificação em suas caixas de e-mail, mural de notificações do YouTube, ou em outras redes sociais onde tenham contato com o produtor de conteúdo. Os primeiros dias após a publicação de um novo vídeo são os que geram maior número de visualizações e comentários. Também são estes primeiros comentários que costumam receber maior atenção do *booktuber* e promover maior interação entre os espectadores. Porém, como todos os vídeos publicados passam a integrar o acervo do canal, estes ficam disponíveis não só para os inscritos interagirem a qualquer tempo, como também se transformam em páginas de resultado das principais ferramentas de buscas como o Google.

Desta maneira, ao colocar o título de um livro como termo de busca, aparecerão em posição de destaque nos resultados os vídeos produzidos sobre este (lembrando que o YouTube faz parte do conglomerado Google), o que expande a audiência do *booktube* para além da sua comunidade de inscritos. Sendo assim, notamos que o maior volume de comentários acontece no período da publicação e feito pelo público cativo do canal, mas a discussão pode se fragmentar no tempo e na audiência.

Outro ponto sobre a funcionalidade da plataforma que influencia a dinâmica dos comentários é a estrutura de fórum e o posicionamento do texto baseado em relevância. O exemplo a seguir é um recorte dos três primeiros comentários que aparecem na página do vídeo²⁸ de Bel Rodrigues sobre o livro “Lolita”, de Vladimir Nabokov. Nota-se que abaixo de cada comentário há a informação de quantas ‘curtidas’ e quantas respostas o texto recebeu. Devido à estrutura de fórum, cada resposta ao vídeo pode ser conseqüentemente respondida e assim por diante, gerando uma discussão em cadeia.



Julia Helena 2 months ago

Queria ler, mas tenho 15 anos e medo de ler e ter alguma crise...

👍 3.1K 🗨️ REPLY



LiteralMentes 2 months ago

1)q legal ver tanta gente jovem aqui com menos de 20 anos se arriscando a ler Lolita! Gostaria de ter tido essa coragem na minha adolescência ☺️ 2)leiam novamente qdo tiverem aí seus 30. Garanto q a percepção muda mto e daí talvez vcs consigam apreciar a escrita primorosa do autor, como diz a Bel. Tem mto livro q eu odiei qdo li na adolescência q mesmo eu não tendo relido ainda já enxergo de outra forma hj em dia.

👍 1K 🗨️ REPLY

View 16 replies ▾

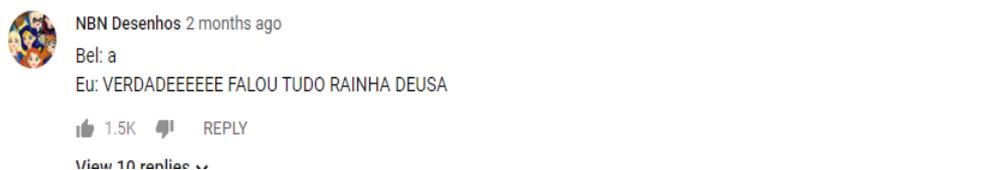


Figura 4 - Comentários ao vídeo “Chegou a hora de falar sobre Lolita” do canal Bel Rodrigues

O primeiro comentário, que na data da consulta contava com 3.100 curtidas/likes e 179 respostas, gerou uma discussão sobre qual seria a idade apropriada para ler a obra em questão, se a idade ou a maturidade do leitor deveriam ser levadas em consideração para a escolha de um texto e se as cenas descritas no romance poderiam agir negativamente como um gatilho a leitores sensíveis. O segundo comentário repercutiu sobre as adaptações do livro e impressões sobre o conjunto da obra de Kubrick, e o terceiro foi uma troca sobre a idade em que cada pessoa leu e como se sentiu na época.

A ordem em que estes comentários aparecem é feita pelo algoritmo da plataforma, calculando sua relevância por quantidade de respostas e curtidas. Por estarem em posição de destaque – mais próximos à caixa do vídeo – tais comentários acabam entrando em redundância por ganharem mais repostas devido à posição, e mais relevância por terem respostas. Esta lógica de destaque dos comentários se faz importante quando voltamos à ideia de subjetividade alterdirigida, abordada no tópico 1.2, já que os comentaristas também recebem confirmações externas de que suas opiniões e questionamentos tem validade. O produtor de conteúdo não tem o monopólio das notas narcísicas da interação nas redes sociais, mesmo que uma ‘curtida’ de um colega não tenha o mesmo apelo que uma declaração como ‘Verdade falou tudo rainha deusa’, presente ao fim da figura.

2.5.2 Interações além da leitura

Sobre este último comentário, ressaltamos que os vídeos de *booktube* se diferenciam dos de outros nichos por gerarem discussões baseadas em opiniões ligadas ao universo da literatura, porém não se eximem da carga extremamente

restrito – se comparado a outros nichos mais populares –, ou à moderação e exclusão de comentários desse tipo pelos donos das páginas.

Devido a esse impacto positivo e influência no comportamento do consumidor de livros, o mercado editorial vem desenvolvendo diversos tipos de parcerias com *booktubers* que vão desde anúncios publicitários a contratos de publicação, mas este tópico será abordado com maior destaque no terceiro capítulo.

2.6 “como em outras redes sociais”

Ler um livro em papel ou em formato digital e expor seus comentários ao texto num formato audiovisual, publicando-os na internet, já implica o ‘fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia’, conceituado como convergência por Henry Jenkins (2009). O comportamento migratório de narrativas e públicos, que perpassa todos os tópicos deste capítulo, fica aqui evidenciado pela fluidez da comunidade *booktube* entre diversas redes sociais. Vídeos postados no YouTube são divulgados no Facebook, geram discussão no Twitter e repercutem no Instagram Stories, não necessariamente nesta ordem, e mesmo com a fluência dos códigos de interação na web, os participantes ainda se organizam para fazer encontros presenciais, o que pode parecer a convergência mais inusitada de todas.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através das múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p.29)



Figura 6- Resenha de Paola Aleksandra³⁰ publicada nas redes sociais (a começar pelo canto superior esquerdo, em sentido horário) YouTube, Twitter, Instagram e Facebook.

Percebemos a convergência de mídias em diversos aspectos do objeto de pesquisa. Sobre aparato tecnológico, temos a tecnologia de impressão gráfica dos livros ou a ‘tinta digital’ dos *e-readers* como Kindle e a diversidade de pontos de acesso ao conteúdo dos vídeos, tais como telefone, televisores, *tablets* e computadores com acesso à internet. Sobre as mídias sociais, a facilidade de começar uma discussão em uma rede e continuá-la em outras. E ainda, sobre as narrativas migrantes, notamos que o conteúdo produzido abrange o universo da literatura e as adaptações de romances. Há vídeos sobre filmes baseados em livros como “Me chama pelo seu nome”³¹, do escritor Andre Aciman, outros sobre a versão em quadrinhos de clássicos como “A revolução dos bichos” ou “O Diário de Anne Frank”³² e ainda as adaptações para séries de romances contemporâneos como “A Guerra dos Tronos” e o “Conto da Aia”³³.

30 Resenha em vídeo disponível em: <<https://youtu.be/kuOPXY56dss>>. Acesso em: 03/02/19.

31 Resenha do canal ‘Vá Ler um Livro’ disponível em: <https://youtu.be/iub5_zIyUKE>. Acesso em 02/02/19.

32 Resenha do canal ‘Literature-se’ disponível em: <<https://youtu.be/JXlnEqe6ZbY>>. Acesso em: 02/02/19.

33 Resenha do canal ‘Aline Aimee’ disponível em: <<https://youtu.be/1r24dRcenM4>>. Acesso em 02/02/19.

Em virtude do lançamento da novela *Orgulho e Paixão*, folhetim da faixa das seis horas da TV Globo livremente inspirado na obra de Jane Austen, um grupo de *booktubers* foi convidado a conhecer alguns de seus cenários e participar de um bate-papo com o autor da trama. Na ocasião, Marcos Bernstein explica que sua intenção com a dramaturgia era levar o universo da autora inglesa para o público nacional, que em sua maioria não é grande conhecedor de seus textos, e que, ao fazer a ponte com aquelas *booktubers*, que fazem parte de um nicho de leitores de romances de época e grande apreciadores da obra de Austen, poderia interessar o público leitor em acompanhar a trama na televisão.



UM DIA NA REDE GLOBO: CENÁRIO DE ORGULHO & PAIXÃO | Livros e Fuxicos

11,612 views

1.6K 12 SHARE SAVE ...

Figura 7- Vlog sobre a visita aos cenários da novela *Orgulho e Paixão*³⁴

Frente ao quadro construído por esta pequena amostragem de situações em que o texto literário se desloca entre a posição de protagonista e coadjuvante nos vídeos da comunidade, apontamos que o borramento das margens do campo literário também se faz presente na produção de conteúdo digital. Os produtos multimídia transitam junto à literatura, podendo gerar discussões e compartilhamento de experiências sobre essas novas formas de leitura. Neste sentido de expansão das fronteiras entre as artes, Vera Figueiredo aponta para as transfigurações do campo, no ensaio “Literatura, roteiro e mercado editorial”:

34 Vídeo do canal ‘Livros e Fuxicos’ disponível em: <https://youtu.be/UWZ_XGCanUA>. Acesso em 03/02/19.

A literatura entra nesse circuito e o alimenta, mas sem a proeminência de outrora, pois sua distância em relação a outros tipos de textos, anteriormente rotulados como não literários, torna-se menor, ou, dizendo de outra forma, as fronteiras do campo literário se distendem para abarcar textos que se situam, na interseção entre artes diversas, difundidos por diferentes meios, suscitando novas práticas de leitura. Talvez se possa dizer que já há uma literatura anterior e outra posterior à expansão das mídias audiovisuais, assim como a literatura não permaneceu a mesma depois que o aprimoramento das técnicas de imprensa permitiu a ampla circulação dos jornais. (FIGUEIREDO, 2010, p.47)

Não podemos falar sobre convergência de mídia e cultura participativa nas redes sem abordar a cultura de fãs que ecoa em todos fios que trançam as grandes franquias como ‘Harry Potter’ e ‘Guerra nas Estrelas’. Seja a série de livros que vai parar no cinema, nos jogos de videogame, nos milhares de produtos de vestuário e decoração ou no parque temático que promete a experiência imersiva em Hogwarts, ou a série de filmes que fez seu caminho para o mercado editorial e dezenas de séries de animação com sabres de luz e *blasters* a toda potência, as grandes franquias, e em consequência os grandes *fandoms*³⁵, também são assuntos recorrentes entre a comunidade. Há inclusive canais de *booktube* dedicados somente ao universo criado por J.K Rowling onde podemos encontrar, além de resenhas de livros e filmes, tutoriais para costurar um uniforme como o dos bruxos e até receitas para a famosa cerveja amanteigada, bebida muito apreciada pelos personagens fictícios.

Levando em consideração a extensão de experiência e o hiperconsumo subjetivo e individualizado abordados em tópicos anteriores, notamos uma nova camada de construção de sentidos na partilha de relatos sobre cada ponto de acesso a grandes franquias. No trecho abaixo, ao abordar os diversos produtos de mídia lançados junto a franquia Matrix, Henry Jenkins defende a autonomia dos conteúdos, tendo cada meio um sentido completo para a fruição de diversos nichos, mas também, que cada parte amplie a experiência do todo, fazendo com que os fãs da franquia procurem por peças de um quebra-cabeças que só se configura ao usar a inteligência coletiva:

Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. (...) Uma

35 O termo ‘*fandom*’ vem da união de *fan*, fã em inglês, e *kingdom*, em português, reino. Deste modo o *fandom* é utilizado para tratar dos universos onde os fãs são os principais atores.

boa franquia transmídia trabalha para atrair múltiplas clientelas, alterando um pouco o tom do conteúdo de acordo com a mídia. Entretanto, se houver material suficiente para sustentar as diferentes clientelas – e se cada obra oferecer novas experiências –, é possível contar com um mercado de interseção que irá expandir o potencial de toda franquia. (JENKINS, 2009, p.138)

2.6.1 Você escolhe

As interações em redes sociais além-YouTube acontecem de forma geral para repercutir o conteúdo já produzido e publicado em vídeo, compartilhar trechos de leituras em andamento ou divulgar a presença em eventos literários, mas há também espaço para os espectadores opinarem sobre a produção de conteúdos futuros. Através de enquetes como o “Você Escolhe”, onde Tatiana Feltrin apresenta alguns títulos para que o público vote, por comentários abaixo do vídeo, qual será sua próxima leitura – e ao terminar de ler publica o vídeo com a resenha sob o título ‘você escolheu’ –; ou então votação de pautas, como do exemplo abaixo onde Victor Almeida, do canal ‘Geek Freak’, pede a seus seguidores no twitter uma decisão sobre o tema de seu próximo vídeo e, em seguida, publica o vídeo vencedor.



Você Escolhe #59 + Leituras em andamento

17,107 views

3K 9 SHARE SAVE ...

Figura 8 - Tatiana Feltrin pede para seguidores escolherem sua próxima leitura³⁶.

36 Vídeo disponível em: <<https://youtu.be/V7bQYUx8xQ0>>. Acesso em: 03/11/18.



Figura 9-Victor Almeida realiza enquete no twitter e posta vídeo vencedor no Youtube³⁷

A convergência de mídias, desta maneira, vai além dos suportes materiais, tecnológicos e do campo da arte, e também se mostra na interatividade da decisão de pautas para a produção de conteúdo na comunidade.

Neste capítulo, formulamos um conceito para entender a atividade realizada pelos *booktubers* e suas relações com a comunidade de inscritos. O ponto chave deste primeiro momento foi perceber e apresentar fatores sociais, culturais e comportamentais, já existentes desde o final do século XX, que levam os leitores a produzir e assistir às resenhas em vídeo, assim como compartilhar suas experiências com o campo artístico em seus perfis de redes sociais. No próximo capítulo, iremos analisar os tipos de conteúdo produzidos pelos *booktubers* com ênfase nas resenhas em vídeo.

37 Vídeo disponível em: <<https://youtu.be/f070SGfvcPk>>. Acesso em: 03/11/18.

3 Técnica, performance e discurso

A primeira parte desta pesquisa teve como foco os aspectos culturais e tecnológicos que levaram à popularização e ao reconhecimento da partilha de experiências na internet. Do declínio do discurso de autoridade à facilidade de produção e distribuição de conteúdo nas redes, vimos como se dá o fluxo de informações dentro da comunidade *booktube* e como essa dinâmica incentiva o diálogo transmidiático e a convergência de mídias. Neste segundo momento, iremos investigar os tipos de conteúdo que circulam nestes meios, analisar a técnica de audiovisual, a performance de espontaneidade e analisar o discurso de três resenhas em vídeo.

3.1 O fazer booktube

Por não ser uma categoria fixa e fácil de localizar por parâmetros simples de busca, não se sabe ao certo quando foi criado o primeiro canal dedicado a livros na plataforma youtube, mas estudos sobre o tema costumam apontar o surgimento deste nicho em canais dos Estados Unidos. No Brasil, a *booktuber* pioneira fez sua estreia no ano de 2009. Dona do canal Tiny Little Things desde 2007, a tradutora e professora de inglês Tatiana Feltrin, após publicar alguns vídeos sobre beleza e tutoriais de maquiagem, decidiu fazer uma série de vídeos mostrando os livros de sua estante e ali percebeu que falar sobre livros na internet poderia ser um ‘passatempo legal’³⁸. Este conteúdo publicado entre 2007 e 2008 foi excluído por Tatiana e hoje a publicação mais antiga de seu canal data de junho de 2009 e tem como título ‘Dicas de Self Study (para quem estuda inglês)’³⁹. Desde então a professora vem publicando vídeos regularmente, atualmente com uma média de três por semana, seguindo uma programação que mescla resenhas de livros e projetos de leitura conjunta com sua audiência.

38 História da criação do canal e blog TLT disponível em <http://www.tatianafeltrin.com/2012/09/setembro-mes-de-aniversario.html>>. Acesso em: 05/12/18.

39 Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rRjMmldWwF8>>. Acesso em: 05/12/18.

Em pesquisa publicada em 2017, foram catalogados 583 canais brasileiros de *booktube* criados entre o início de 2009 e a metade de 2016. Destes, “observa-se que foram criados 3 canais (0,5%) em 2009; 26 (4%) em 2010; 79 (13,5%) em 2011; 56 (10%) em 2012; 107 (18%) em 2013; 126 (22%) em 2014; 146 (25%) em 2015 e, 40 (7%) no primeiro semestre de 2016.” (JEFFMAN, 2017, p.40)

Conforme observado em depoimentos⁴⁰ de *booktubers* sobre as motivações para a criação de seus canais, boa parte já se apresentava como grande consumidora de conteúdo na plataforma quando decidiu migrar de espectador a produtor de vídeos. O desejo de participar mais ativamente e de ser reconhecido como membro da comunidade, somados à familiaridade com a linguagem do nicho por já ser um grande consumidor desses vídeos, levava os novos *booktubers* a adotar certos códigos comunicacionais já estabelecidos entre os criadores de conteúdo mais populares. Além da intenção de reforçar a pertença ao adotar a linguagem do grupo, não podemos desconsiderar a lógica redundante do algoritmo do site onde o vídeo que faz mais sucesso ganha mais destaque, e o vídeo com mais destaque faz mais sucesso. Assim, o caminho para encontrar relevância no grupo seria dar continuidade às fórmulas conhecidas. Por esses motivos, é tarefa simples notar padrões no formato de vídeos da comunidade. Há uma certa ‘receita’ a se seguir, que pode variar um pouco dependendo de recursos financeiros ou nicho do produtor, mas a constância é forte o suficiente para apresentarmos o ‘modo de fazer *booktube*’ em aspectos de forma e conteúdo.

3.1.1 Aspectos técnicos

A exceção de *vlogs* (vídeo-diário gravado em diversas situações), o cenário padrão do *booktube* é o ambiente interno e privado, podendo ser o quarto, a sala ou o escritório do *booktuber*, tendo como pano de fundo uma estante de livros com suas lombadas visíveis. Na mesma estante, ou em uma parede próxima, objetos colecionáveis como bonecos e *posters* ajudam a compor a identidade

⁴⁰ Depoimento de Iara Picolo disponível em : <https://youtu.be/S1pFDWpobMo> Acesso em: 08/12/18.

Depoimento de Talita disponível em: <https://youtu.be/ZGpqTHqXOs4> Acesso em 08/12/18.

Vídeo de Mell Ferraz disponível em: <https://youtu.be/IfIx1r4Fp9A> Acesso em 09/12/18.

visual do canal junto a itens relacionados a identidade do *booktuber* como fotos, plantas, canecas, cadernos e canetas.

Como em geral o *booktuber* grava seus vídeos sem auxílio de outras pessoas, a câmera é fixa, apoiada em um tripé ou prateleira improvisada, e com a lente na altura dos olhos. O enquadramento é em plano médio curto – onde o corte é feito entre a linha dos ombros e da cintura –, ou em plano americano. Notamos a popularidade deste quadro devido ao foco no rosto do produtor, dando a possibilidade de reconhecer suas expressões faciais até mesmo numa pequena tela de telefone, mas que ao mesmo tempo deixa disponível um espaço para a gesticulação e a inclusão de objetos à cena, como o livro discutido.

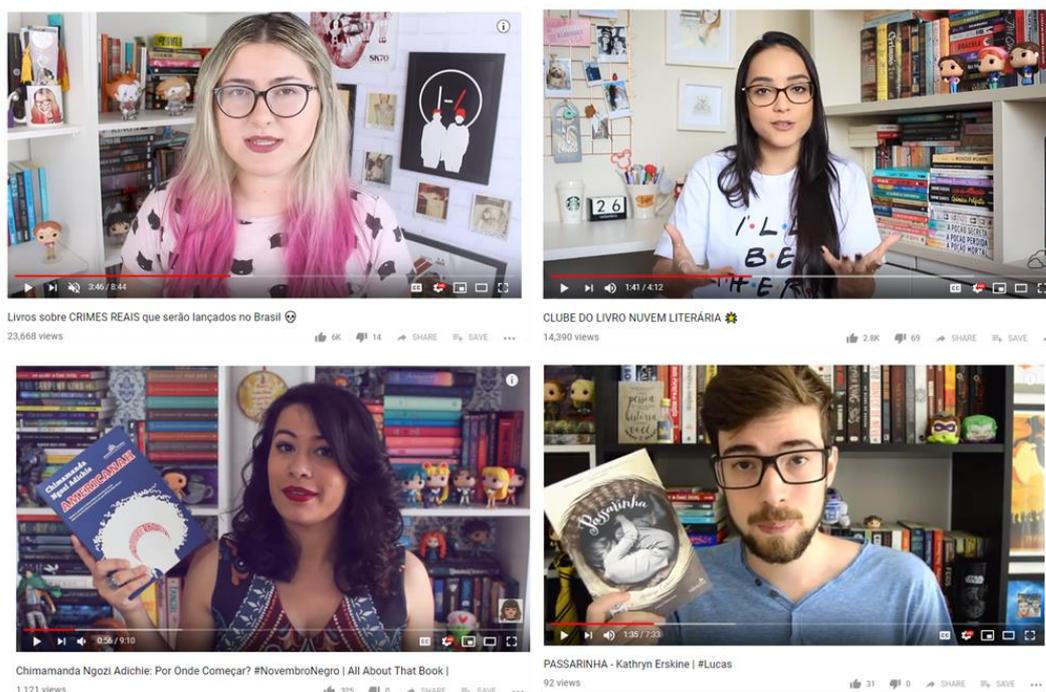


Figura 10 – Exemplos de cenários

Na figura acima, temos no canto superior esquerdo um quadro de vídeo de Bel Rodrigues, onde é possível notar referência a seus gêneros literários favoritos, como o suspense e o romance policial, através de objetos decorativos como o boneco do personagem *Pennywise*, do livro de Stephen King, *posters* na parede com referência a séries de televisão sobre investigação criminal e uma faixa amarela simulando as utilizadas no isolamento de cenas de crimes. Do lado direito, vemos no cenário de Juliana Cirqueira, do canal ‘Nuvem Literária’, um quadro com fotos de viagens, um copo de uma cafeteria popular, muitas canetas coloridas,

bonequinhas da série de televisão *Gilmore Girls*, além de suas pilhas de livros da estante. Juliana tem em seu canal conteúdo sobre romances dramáticos, românticos e clássicos americanos. Além de literatura, o canal também conta com vídeos sobre caligrafia, papelaria e organização de rotina pessoal. Na linha inferior, Mayra, do canal ‘All About That Book’ e Lucas, do canal ‘Luago nos Livros’, seguram seus livros em quadro para levar a materialidade do objeto que está sendo analisado no vídeo à cena. Em suas estantes também é fácil notar referências a personagens de séries fantásticas, de super-heróis e de Harry Potter, gêneros muito caros a ambos os produtores de conteúdo.

Muito mais do que uma forma visual de demarcar que ‘este é um vídeo sobre livros’, o cenário bem produzido e planejado reforça a personalidade do produtor de conteúdo que procura estreitar laços de identificação com seus inscritos. Com laços mais fortes, cresce o engajamento do público nos vídeos – por comentários, curtidas e compartilhamentos –, o que leva o vídeo a ter maior visibilidade na plataforma, pode levar ao aumento de número de inscritos e assim por diante, conforme abordado no capítulo anterior. A intenção de intimidade – ambiente privado, ângulo de câmera direto, onde o espectador é posto no lugar de interlocutor – junto à busca por identificação com objetos cênicos nos leva a entender o cenário do canal como elemento de performance.

(...) o booktuber nos olha. A presença do corpo do booktuber, corpo posicionado de modo a sugerir o estabelecimento de uma conversa com seu interlocutor, é um dos principais índices de personalização dessas práticas críticas. Mas, podemos nos questionar, quando um convidado, um jornalista, um intelectual, é chamado para falar de um livro em um tradicional programa de TV, ali não está também o corpo? Sim, mas não posicionado da maneira como os booktubers o fazem. (AGUIAR, 2017, p.185)

Ao longo da pesquisa, notamos que conforme o *booktuber* amadurece sua relação com a comunidade e investe seu tempo em planejamento de conteúdo, roteiro e montagem do vídeo, e seu dinheiro em equipamento de captação de áudio e vídeo, o canal vai adquirindo traços de profissionalização. O discurso continua o da partilha de experiência de leitura com base na bagagem pessoal com o intuito de construir uma comunidade de leitores, mas por vezes a racionalização

de estratégias de identificação com o público aparentam se aproximar a ações de *branding*.⁴¹

Sem que se faça juízo de valor, o caminho da ‘profissionalização da espontaneidade’ tem sido a fórmula de sucesso de inúmeros perfis populares nas redes sociais e, como toda boa fórmula, é replicada por quem deseja alcançar relevância e ter destaque na comunidade. Vale lembrar que ‘fazer vídeos sobre livros e literatura na internet’ é um mercado de nicho, e entendemos este cuidado com a concepção de uma identidade singular como o desejo do *booktuber* de ver seu canal como uma marca diferenciada. Esta leitura do canal como marca será muito importante ao final deste capítulo quando veremos o *booktube* enquanto agente no mercado editorial, mas no primeiro momento, é válido ressaltar que a interpretação de cenário, linguagem e até de maneirismos do produtor enquanto performance não significa que este seja falso ou enganador. Entendemos o conceito como apresentado por Paula Sibilia no trecho abaixo, como um ato de exibir-se conscientemente.

Os modos pelos quais alguém “performa a si mesmo”, de acordo com a argumentação de Schechner (2003, p. 34), seguem uma lógica semelhante “aos modos por que pessoas performam outras pessoas nos dramas, danças e rituais”. Em suma, seja desempenhando o papel de si mesmo ou encarnando um personagem fictício, em todos os casos, trata-se de mostrar-se fazendo algo ou exibir-se sendo alguém. Todo o peso dessa definição recai no polo receptor: no outro, aquele que olha ou assiste e, com esse gesto, tem o poder de conceder existência ao personagem que performa. Desse modo, acaba de ser delineado, aqui, outro ajuste importante na definição de que significa performar: consiste em fazer algo – ou, simplesmente, em ser ou parecer alguém – com a certeza de estar sendo observado. (SIBILIA, 2015, p.360)

Esta ‘certeza de estar sendo observado’ fica clara quando algumas cenas, que poderiam ser consideradas ‘erro de gravação’ ou *‘making of’* em produtos audiovisuais profissionais, passam pelo corte final da edição (feita na maioria dos casos pelo próprio criador do canal). Momentos como um cachorrinho que morde o papel de embrulho do livro, uma taça de vinho que é aerada ou uma crise de espirros durante a gravação do vídeo, que poderiam ser facilmente excluídos sem alterar a narrativa da resenha, são publicados junto ao conteúdo principal – mesmo que com algum recurso gráfico que os indique como ‘cenas de

41 *Branding* é um conjunto de estratégias de marketing que trabalha a percepção do consumidor de maneira positiva em relação a identidade de uma empresa.

bastidores’– e se tornam elementos performáticos de espontaneidade e/ou intimidade, reforçando a construção de vínculos com os espectadores. Estes vínculos, além de aumentarem o engajamento, podem estimular o comportamento espelhado no público, fazendo com que uma vídeo-resenha reflita não só por seu conteúdo, mas pelo nível de identificação com o seu produtor.



Figura 11 - Juliana Cirqueira e Yuri Al’Hanati em momentos ‘bastidores’

3.1.2 Tipos de vídeo mais populares

Conforme apontado no início deste capítulo, seja por inspiração em produtores pioneiros ou por aposta em fórmulas de sucesso, existe uma certa padronização de tipos de vídeos publicados na comunidade. O foco deste trabalho é a resenha, vídeo onde o *booktuber* aborda apenas uma obra, fazendo a apresentação de enredo, personagens, compartilhando sua experiência pessoal de leitura e, em alguns casos, trazendo à discussão uma temática polêmica ou delicada que seja abordada no livro. As resenhas também podem ser comparativas entre a obra escrita e suas adaptações para televisão e cinema. Para efeito de contextualização desta produção, faremos agora uma breve descrição dos demais tipos de vídeos da comunidade.

Tão popular quanto as resenhas são as listas de leituras. Estas podem elencar os títulos lidos no último mês ou em algum período específico, como durante uma maratona literária⁴², e também servem para anunciar os livros que irão ser lidos no futuro, como por exemplo, os vídeos de metas para o ano

42 Um evento virtual onde um booktuber, ou um grupo de booktubers, desafia a comunidade a ler o máximo de livros possíveis em um determinado período de tempo, em geral com algumas sugestões ou desafios para a escolha dos títulos, como por exemplo, ler um livro com a capa azul, ou livro publicado no ano em que você nasceu. São populares as maratonas de 24 horas de leitura e as de feriados prolongados e as de período de férias escolares.

seguinte. Este último também é chamado de lista TBR (do inglês, *to be read* - a ser lido). Além do índice de leituras, as indicações de livros são bastante comuns neste formato de lista. Em geral, o *booktuber* reúne um número de títulos que considera ter algum elemento em comum entre si de acordo com seus critérios subjetivos. Exemplos deste tipo de vídeo são: ‘5 Livros para chorar litros’⁴³; ‘14 Livros clássicos para ler em 1 dia’⁴⁴ e ‘Livros que começam mal, mas ficam muito bons’⁴⁵. Neste tipo de vídeo, cada livro tem seu enredo brevemente anunciado, com destaque para o ponto que o fez ser selecionado para a lista.

Os conteúdos que dependem de interação com a audiência costumam ter dois formatos: leitura conjunta e enquete de leitura. No primeiro, o *booktuber* sugere um título para ser lido concomitantemente com a comunidade para que a troca de impressões se dê capítulo a capítulo nas redes sociais. Para isso, é criada uma *hashtag* do projeto de leitura e os mecanismos de busca das redes sociais (Twitter, Instagram e Facebook) se encarregam de agrupar as publicações similares, conectando os membros da comunidade que participam da ação. No segundo, o produtor de conteúdo apresenta algumas opções de livros e pede para que a audiência vote em um para ser lido (e resenhado) no momento seguinte.

Um exemplo de leitura conjunta é a do livro Grande Sertão Veredas, de Guimarães Rosa, feita em oito vídeos pelo canal Literature-se⁴⁶. A cada publicação, a *booktuber* Mell Ferraz comenta as últimas páginas lidas e estimula a comunidade a compartilhar suas impressões daquela parte do livro e como estão suas experiências de leitura até o momento. Foi criada a *hashtag* #LseGrandeSertão e, até o momento, a série de vídeos acumula 18.000 visualizações.

É comum nestes projetos de leitura a escolha de livros maiores e/ou mais densos. O *booktuber* encara o compromisso de publicar a atualização de suas impressões da obra como um estímulo para prosseguir com leituras consideradas mais difíceis ou desafiadoras. Já os inscritos, veem a série de vídeos como uma

43 Vídeo de Pamela Gonçalves disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SDVF0WLLrig&t=19s>. Acesso em: 10/12/18.

44 Vídeo de Isabella Lubrano disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rJWHI4cPJ8Q>. Acesso em: 10/12/18.

45 Vídeo de Victor Almeida disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=f070SGfvcPk>. Acesso em: 10/12/18.

46 Playlist de Mell Ferraz disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XreNUs5UGTI&list=PLt4z0dMcJsCGUN0ZJLxPdRFtGWEuEktsr>. Acesso em: 10/12/18.

oportunidade de conhecer obras que já despertavam seu interesse, mas que precisavam do amparo de uma discussão em grupo para iniciar a leitura.

Nas figuras abaixo, dois momentos do projeto 'Lendo Moby Dick' do canal de Tatiana Feltrin. A primeira⁴⁷, com alguns comentários sobre a motivação para ler em grupo e, a segunda⁴⁸, com algumas impressões de leitura do trecho entre os capítulos 41 e 58.

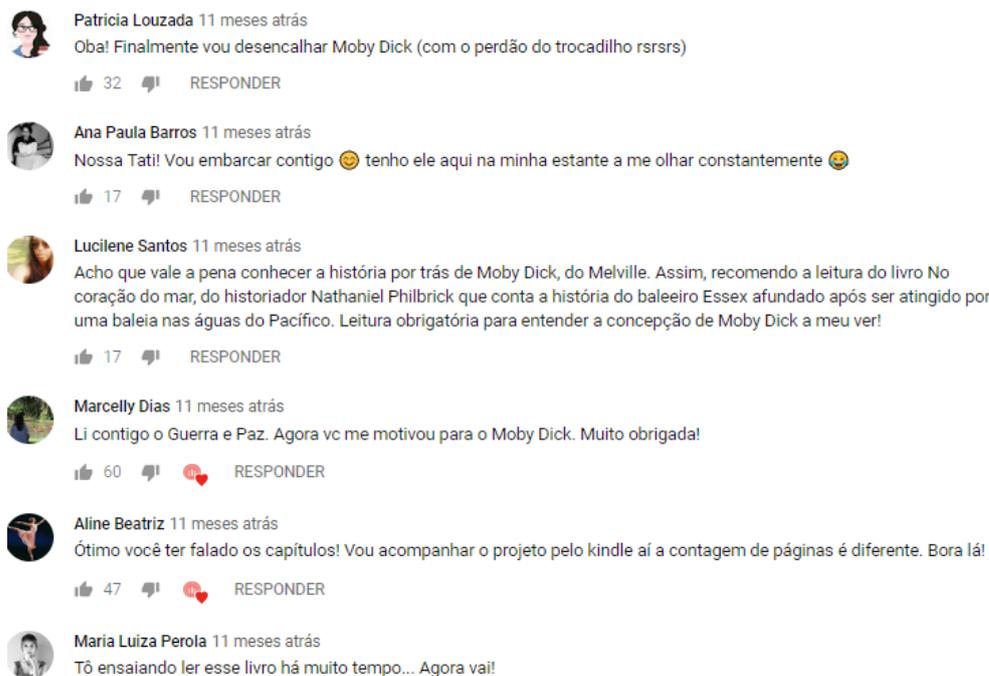
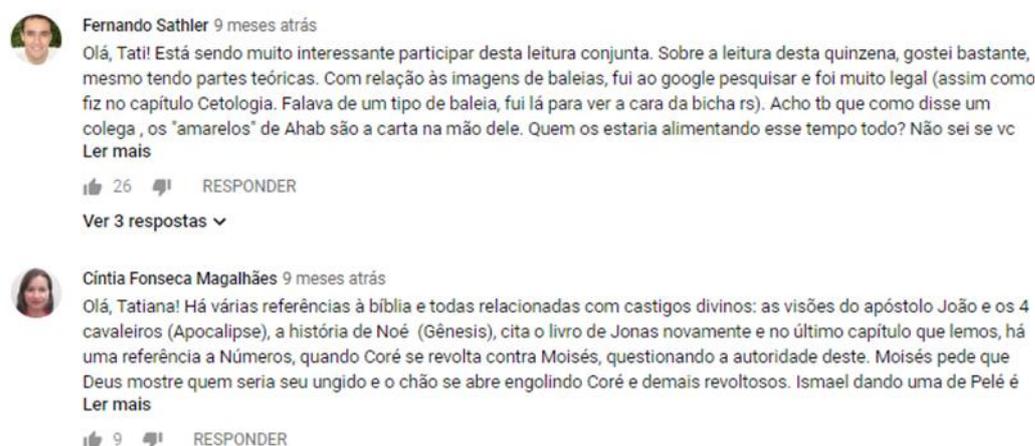


Figura 12 - Comentários sobre a motivação em ler Moby Dick em conjunto



47 Vídeo de Tatiana Feltrin. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=4XSySx1Xxcc&t=8s>. Acesso em: 10/12/18.

48 Vídeo de Tatiana Feltrin. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=gA4iSA5kzOQ>. Acesso em: 10/12/18.

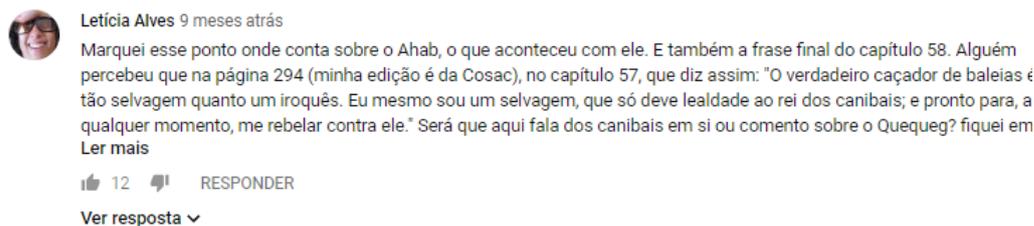


Figura 13 - Impressões sobre trecho de Moby Dick lido em conjunto

Vídeos sobre consumo de livros também são bastante populares na comunidade e, assim como em outros nichos do youtube, conta com as modalidades de *unboxing* – abertura de caixas frente às câmeras, podendo ser caixas de serviço de assinaturas de livros, de compras online ou de lançamentos enviados por editoras – e *book haul*, (‘aquisições de livros’, em tradução livre) – exibição dos novos itens adicionados à estante, podendo estes ser resultado de compras, parcerias com editoras, presentes de amigos, trocas em sebos, entre outros. No ano de 2018, notamos a diminuição da frequência de publicação desse tipo de vídeo. Se anteriormente este conteúdo chegava a ser uma atualização mensal nos canais, hoje costuma aparecer em momentos específicos como após uma grande feira como a Bienal do Livro ou uma grande promoção como as da *black friday*⁴⁹. É válido ressaltar que vídeos de compras e de *unboxing* são grandes sucessos nos nichos de tecnologia, jogos, brinquedos, moda e beleza, chegando a ter milhões de visualizações por vídeo.

Ainda na temática de consumo, as publicações com dicas de promoções de livros vêm ganhando destaque na produção de alguns canais. Devido a acordos feitos com lojas de comércio *online* em que há um repasse de porcentagem de vendas ao *booktuber*, vídeos indicando bons livros (de acordo com o critério do emissor) com valores reduzidos aparecem sazonalmente. Esta relação econômica entre *booktubers*, editoras e livrarias será aprofundada no próximo capítulo.

Por último, agrupamos uma série de vídeos que fogem dos padrões já listados como a categoria ‘vídeos criativos’. São eles a *tag* – formato em que há uma série de perguntas, em tom de brincadeira, envolvendo a escolha de títulos para situações fictícias (um exemplo: tag ‘que tiro foi esse? - um livro que te

49 Black Friday: dia que sucede o de ação de graças e que é marcado por grandes promoções no mercado de varejo. Muito popular na cultura estadunidense.

deixou estatelado⁵⁰) –, os vídeos encenados, que podem ter dramatizações ou paródias e os vídeos confessionais, também conhecidos como *book talk*, que se inspiram em uma leitura para falar mais livremente sobre assuntos polêmicos ou sensíveis.

Muitos dos vídeos criativos envolvem a socialização entre *booktubers*, podendo o vídeo ser gravado em parceria, com a presença de dois ou mais criadores no vídeo. Os vídeos de *tag* implicam a indicação de colegas para responder a uma lista de perguntas ou para participar de algum tipo de desafio que envolva publicar um vídeo no mesmo formato do original.



Figura 14 - Exemplos de vídeos de TAG: a dos Clichês à esquerda e a dos Calhamaiços à direita.

Em vista tamanha variedade de vídeos e possibilidade de análises de seus conteúdos, comentários e níveis de engajamento, iremos nos ater à primeira categoria citada, a vídeo-resenha, por ser encontrada em todos os canais da comunidade, independentemente do perfil do produtor, e por abordar com mais profundidade o ponto de foco desta pesquisa, que é a partilha de experiência de leitura.

3.2 A vídeo-resenha

O termo ‘resenha’ como título ou descrição dos vídeos vem caindo em desuso nos últimos dois anos. Não sabemos ao certo o porquê, mas se até 2016 todos os vídeos que discutissem exclusivamente um livro tinham o termo associado, hoje os produtores associam esses conteúdos a fórmulas como “Eu li + nome do livro” ou “Eu recomendo + nome do livro” ou, simplesmente, “nome do

50 Vídeo de Paola Aleksandra disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=ZmqJXIb6bhA>.

livro + nome do autor” para intitular a publicação. Devido a isso, é difícil mensurar a fatia desse tipo de vídeo em relação à produção total da comunidade utilizando os recursos de busca em texto, mas por observação nas publicações dos canais, é possível perceber que este ainda é um modelo de vídeo bastante comum no nicho.

Conforme indicado no capítulo anterior, a estrutura básica da resenha se dá em introdução, apresentação do enredo e personagens, impressões de leitura e *call to action*. Dependendo da experiência de leitura e do perfil do leitor, a resenha pode ter um caráter mais descritivo, analítico, reflexivo ou passional, mas não é possível definir essas características como categorias de *booktuber*. Um mesmo produtor pode publicar resenhas de caracteres diversos. Por mais que já tenhamos citado a especificidade de nicho de alguns canais, como a de Bel Rodrigues e a literatura sobre crimes, a mesma também tem publicações sobre poesia⁵¹ e romance LGBT⁵², e sua relação com os diferentes gêneros resulta em abordagens variadas às obras.

Para apresentar um panorama fiel aos tipos de resenha mais comuns, selecionamos três vídeos que dispõe de opiniões e experiências de formas diferentes entre si, mas que simbolizam a variedade de tipos de investida aos textos.⁵³ Os livros resenhados também foram escolhidos com intuito de apresentar a diversidade de obras abordadas nos canais. São eles: ‘Capitães da Areia’⁵⁴, resenhado por Victor Almeida, do canal ‘Geek Freak’; ‘O Auto da Maga Josefa’⁵⁵, resenhado por Caroline Germano, do canal ‘Elefante Literário’; e ‘O Quarto de Jacob’⁵⁶, resenhado por Mell Ferraz, do canal ‘Literature-se’.

A fala dos *booktubers* nos vídeos, para fins de pesquisa, será entendida como discurso, no sentido proposto pela pesquisadora Eni Orlandi. Para ir além da

51 Vídeo de Bel Rodrigues disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=Mdl3Kq2GWBE>>. Acesso em: 28/12/18.

52 Vídeo de Bel Rodrigues disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sro7susrTNM>>. Acesso em: 28/12/18.

53 Os critérios de popularidade de tipos de vídeo e abordagem ao texto utilizados nesta pesquisa tem como base a observação da produção de vídeos em 50 canais da comunidade entre os anos 2017 e 2018. Não foi realizada, no entanto, qualquer tipo de tabulação de dados referentes a análise de conteúdo.

54 Resenha disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qF1UuYxbGFk&t=127s>>. Acesso em: 12/12/18.

55 Resenha disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=WXEXdfWc5zc>>. Acesso em: 21/12/18.

56 Resenha disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7Hd_Nd6oCIU>. Acesso em: 12/12/18.

camada da ‘mensagem’, iremos contextualizar a formação do *booktuber*, a publicação do vídeo e outros aspectos relevantes para o entendimento mais cheio do texto. A transcrição dos três vídeos está na sessão de anexos desta dissertação.

A noção de discurso, em sua definição, distancia-se do modo como o esquema elementar da comunicação dispõe seus elementos definindo o que é mensagem. (...) Desse modo, diremos que não se trata de transmissão de informação apenas, pois, no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação. São processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade etc. (ORLANDI, 2000, p.21)



Figura 15 - título e miniatura do vídeo sobre Capitães da Areia

Victor Almeida reside em Londrina/PR, tem formação em marketing e trabalha com design gráfico. Seu canal ‘Geek Freak’ foi criado em 2014 e até o momento conta com 100 mil inscritos e quase 7 milhões de visualizações em seus vídeos. Além do espaço no *youtube*, Victor também é bastante ativo nas redes sociais como o *twitter* e o *stories* do *instagram*, onde mescla publicações sobre leituras e situações de cotidiano. As resenhas em vídeo são majoritariamente sobre romance jovem adulto, com ênfase em suspense, fantasia, ficção científica e distopia.

A primeira vez que o livro de Jorge Amado foi citado no canal, foi em um vídeo intitulado “Um *unboxing* fora da minha zona de conforto”⁵⁷ no qual o *booktuber* abre uma caixa de livros comprados online e comenta sobre seu desejo de ler mais clássicos e sobre se sentir preparado para aproveitar as leituras que antes lhe pareciam ‘obrigatórias’:

Cheguei nesse ponto onde estou conseguindo ver um avanço na questão dos meus gostos literários, e da minha cabeça abrir para novos gêneros e novas coisas. Não ficar preso ali no YA (*young adult*), contemporâneo, fantasia, espadas, magia e tudo mais. Daí eu resolvi encarar alguns livros que são muito fora da minha zona de

57 Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-dhgxV9wAyc>>. Acesso em 28/12/18.

conforto. (...) Às vezes eu me acho burrinho demais para entender esses livros, captar a mensagem que o autor quer falar e não ter capacidade cognitiva, julgadora e interpretativa suficiente. [risos] Mas a gente vai tentar e não é por isso que vai desistir. (ALMEIDA, 2017)

Vinte dias após a publicação acima, Victor compartilha suas impressões de leitura no vídeo intitulado “O que Capitães da Areia fez com meu emocional”. Com uma abertura de caráter afetivo, assim como o título do vídeo, Victor segue explicando que não fez esta leitura na escola, como a maioria de seus amigos, e então apresenta o enredo da obra: “Capitães da areia vai contar sobre um grupo de meninos abandonados, a maioria deles órfãos de pai e mãe. Eles não tem onde ficar, onde morar, como comer, né? Então eles resolvem se juntar e criar esse grupo”, e continua ao tratar dos furtos e os trabalhos ‘na surdina’ que os jovens realizam em prol da sobrevivência. Aos 1’18” o *booktuber* já parte para suas impressões pessoais de leitura, fala sobre a dificuldade de entender as gírias baianas e elogia o ‘ambiente atmosférico’ da escrita que permitiu que ele tivesse ‘se sentido parte do grupo dos Capitães’ e ‘se conectado com todos os personagens’. É dado destaque a empatia pelos personagens ‘Sem-Pernas’ e ‘Pedro Bala’ que, por serem apresentados em suas perspectivas, permitem que “se entenda a origem da agressividade e a necessidade do abandono precoce da infância”. A amizade e a lealdade são bastante valorizadas por Victor pois, “apesar de eles terem muito apreço pela liberdade, eles são muito fiéis uns aos outros e muito honrados entre si”, assim como se valoriza a honra, já que “os roubos são feitos por necessidade e somente a burgueses”.

Entre 4’35” e 5’10”, Victor apresenta sua reflexão, ou como ele mesmo diz, seu “aprendizado com o sofrimento dos personagens”, ao transportar para situações de seu cotidiano a dura realidade apresentada na obra:

Como a gente vê os moradores de rua ou as pessoas que não tem oportunidade, os pobres, as crianças abandonadas? Muitas vezes é uma coisa muito imediata falar: Ah, é morador de rua, é bandido! Mas o livro te faz pensar: O que tornou ela assim? O que no passado fez com que ela tomasse essas atitudes? O que está faltando para aquelas pessoas, o que dói no peito delas? Toda vez que ela vai dormir, o que faz ela chorar? A gente simplesmente pensa naquilo que a gente vê, mas a gente não vê todo o passado por trás. A gente não vê todas as coisas que a pessoa está sofrendo, toda dor que corrompe ela e que traz o ódio à tona. (ALMEIDA, 2017)

Em seguida, o *booktuber* retrata outros dois capítulos do livro dizendo que um “deu um nó na garganta” enquanto o outro “foi um dos capítulos que mais

chorei” e logo após volta a comentários sobre a narrativa, como divisão dos capítulos, a escrita por muitas vezes repetitiva, a entrada de uma personagem feminina ao bando que “aparece de forma muito natural” e o final do livro quando cada personagem tem seu desfecho verossímil e satisfatório. Ao se encaminhar para o final do vídeo, a experiência pessoal de leitura volta a tomar a frente e Victor diz que terminou o livro com “vazio, dor no coração e sentimento de impotência” e com “indignação pela injustiça”. Victor também se lembra de ter participado de uma ação para distribuir abraços nas ruas de sua cidade e a sede de afeto que notava entre os transeuntes era similar a carência dos personagens da história: “é muito impactante você ser forçado a refletir sobre como o amor é escasso”.

Como saudação final, Victor recomenda a leitura do livro a seus inscritos, pede para que deixem na caixa de comentários sugestões de outras obras de Jorge Amado e sugere que os espectadores continuem acompanhando suas publicações em outras redes sociais. O vídeo termina aos 10’11” com imagens clicáveis na tela, sendo que uma encaminha para outro vídeo do *booktuber* e a outra para o botão de ‘inscrever-se’ no canal.

Em linhas gerais, este vídeo representa um perfil de resenha bastante comum entre *booktubers* brasileiros: discurso fortemente impressionista e afetivo com foco no enredo e no arco de personagens. Embora o livro em questão pertença ao cânone nacional, com diversas análises acadêmicas e resenhas jornalísticas, e se tenha vasta disponibilidade de informações sobre o contexto sociocultural do autor e do momento político da obra, o *booktuber* constrói o discurso em cima de sentimentos e relações da história com seu cotidiano. Em segundo plano estão a descrição do enredo e a análise da estrutura e do estilo do texto, sendo a recomendação de leitura a conclusão padrão do vídeo. Ao longo da pesquisa, notamos esta estrutura aplicada a resenhas de diversos gêneros de livros, dos clássicos aos contemporâneos e, em menor proporção, aos de não-ficção.

O próximo tópico deste capítulo abordará a relação da resenha em vídeo com a crítica literária no âmbito do jornalismo cultural e então serão discutidas as análises dos vídeos selecionados. Neste momento do texto, iremos apresentar mais um tipo de resenha recorrente na comunidade *booktube*: a discussão temática disparada por situação ou construção de personagem presentes na obra. Na análise

a seguir, Caroline Germano, do canal Elefante Literário, fala sobre estereótipos do nordestino e da região nordeste e o livro “O Auto da Maga Josefa”.



Figura 16- Miniatura e título do vídeo sobre O Auto da Maga Josefa

O canal ‘Elefante Literário’ foi criado em setembro de 2015 pelos amigos Caroline e Norberto. Ambos possuem formação em comunicação social com habilitação em publicidade, residem em Natal/RN e produzem vídeos na plataforma, sendo alguns gravados em dupla e outros com a presença de apenas um dos *booktubers* em cena. Atualmente o canal conta com cerca de 7 mil inscritos⁵⁸, número ainda pouco expressivo na comunidade, e soma quase 300 mil visualizações em seus vídeos. As resenhas da dupla são predominantemente sobre romances contemporâneos e é comum que a discussão do livro se estenda a questões de gênero, homofobia, feminismo, saúde mental e preconceitos.

No vídeo intitulado ‘Nordeste, Fantasia e a Maga Josefa’, Caroline inicia sua fala exemplificando alguns preconceitos sobre cada região do país, logo após, se identifica como nordestina e moradora da cidade de Natal e explica a diferença geográfica entre regiões norte e nordeste. Em seguida, a publicitária pontua a diversidade de sotaques na região, já que são nove os estados nordestinos e que cada um tem sua especificidade neste quesito, e faz um alerta a quem homogeniza a cultura nordestina: “Então deixa eu falar uma coisa para quem não percebeu, esse sotaque do ‘t’, uma coisa que não chia, da ‘tia’, não é o nordeste que fala assim, são alguns estados. Inclusive tem estado aqui que chia. Olha que coisa maravilhosa, né?”. Sobre a estereotipificação da cultura nordestina pela grande mídia, Carol diz que existe sim o nordestino como o caracterizado pelo tipo, o matuto que sofre com a seca, mas que não é possível generalizá-lo à região inteira.

58 Dados disponíveis em: <<https://www.youtube.com/channel/UCARtsjia0TB2ZVV-aZjMD9Q/about>>.

Ainda sobre tipos, a *booktuber* sugere a leitura do livro “A invenção do Nordeste” que trata do imaginário nacional sobre a região. O livro, até o momento, ainda não havia sido lido por ela, mas se encontra em sua lista de próximas leituras.

Após a discussão inicial, aos 2’34”, Caroline anuncia que este é um vídeo sobre o livro ‘O Auto da Maga Josefa’, da autora paulistana Paola Siviero. Carol conta que se interessou pela obra após ver que muitos de seus amigos comentavam positivamente sobre o texto na rede *twitter*. Estimulada pelo preço baixo de venda no site Amazon – único local de venda do livro –, a publicitária fez *download* da obra para seu *e-reader* e logo iniciou a leitura, sem ter lido nenhum tipo de sinopse ou resenha, e se surpreendeu:

Aí de repente, começo a ler o livro e ele se passa no nordeste. Aí eu: ‘Eita!’. Achei diferente, achei ousado, não conheço muitas histórias que se passam no nordeste. Aí segundo ponto: era uma fantasia. Quem me conhece minimamente sabe que eu não sou das mais chegadas em fantasia então eu fui com um pé atrás. Antes de continuar a leitura, eu fui pesquisar se a autora era nordestina. Para minha surpresa, ela não é nordestina. Então eu fiquei com outro pé atrás porque eu fiz: ‘Ah, tem que ver se ela não vai cair naquele estereótipo do nordestino.’ (GERMANO, 2018)

Sobre o burburinho criado nas redes sociais em época de lançamento deste livro em particular, iremos tratar no próximo capítulo, pois se trata de um rico caso de mercado. Neste momento, para dar contexto à resenha, é válido trazer alguns dados: ‘O Auto da Maga Josefa’, romance de fantasia nacional publicado por editora independente, foi lançado em agosto de 2018 no formato digital e comercializado com exclusividade na loja kindle do site *amazon.com*⁵⁹. Com valores bastante acessíveis – chegando a ser vendido a R\$2,40 em janeiro de 2019 – e grande divulgação na comunidade de leitores, o livro apresenta no site de venda 56 avaliações de clientes e uma média de nota de 4,9/5,0. Para efeito comparativo, o livro de Jorge Amado da resenha anterior apresenta no mesmo site⁶⁰ um total de 64 avaliações de consumidores e nota 4,6/5,0.

59 Página para compra do livro ‘O Auto da Maga Josefa’ disponível em :

<https://www.amazon.com.br/auto-maga-Josefa-Paola-Siviero-ebook/dp/B07GSGWFMC/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1546693253&sr=8-1&keywords=o+auto+da+maga+josefa>. Acesso em 05/01/19.

60 Página para compra do livro ‘Capitães da Areia’ disponível em:

<https://www.amazon.com.br/Capit%C3%A3es-Areia-Jorge-Amado-ebook/dp/B009WWDJXC/ref=tmm_kin_swatch_0?encoding=UTF8&qid=&sr=>>. Acesso em 05/01/19.

De volta a análise do vídeo, vemos no trecho em destaque a motivação para levar a discussão sobre estereótipos nordestinos à resenha do livro. Caroline, ao saber que a autora era “de fora do Nordeste”, encarou a história com desconfiança, mas optou por dar uma chance a leitura “com a mente aberta”.

Aos 3’44’, Carol apresenta a sinopse do livro: “Aqui a gente vai conhecer a história de Toninho, que é um caçador de criaturas fantásticas de uma cidade do interior do Nordeste, e aí ele vai ser parceiro de uma maga (..) e eles vão atrás das criaturas.” Em seguida, segue com a explicação da estrutura do texto, dividido por capítulos que se iniciam com letras de música e se passam, cada um, em uma cidade e em busca de uma criatura diferente. Sobre a narrativa, Caroline a classifica como “leve e fluida” e com diálogos “hilários”. Sobre estes, a *booktuber* revela que apesar de ter dado muita risada, não conseguiu “se ver” nos personagens, pois o vocabulário utilizado é bastante específico, por vezes rebuscado, e não é o mais comum em sua região. Ao final desta primeira parte, a *potiguar* avalia o livro como “muito divertido” e afirma que é notável a pesquisa da autora sobre a região e os costumes e como ela consegue “não cair no estereótipo nordestino”.

Por conta de sua curiosidade sobre esta pesquisa, Caroline diz que entrou em contato com a autora Paola Siviero para “saber como tinha sido o processo de criação, como ela tinha tido esse interesse, não sendo uma pessoa nordestina, para escrever sobre o nordeste”. Em seguida, a *booktuber* apresenta destaques da pesquisa como levantamento de folclore local, ambientação via google maps, busca por sotaques e termos em músicas típicas e vídeos na internet e o desejo de trazer o gênero da fantasia para o cenário brasileiro.

Ao se encaminhar para o final da resenha, Carol retoma a discussão sobre a cultura nordestina estereotipada na mídia, faz um elogio ao texto por trazer a diversidade brasileira e um pedido:

Todo esse processo só reforça a questão da diversidade, cada uma com suas maravilhosidades e defeitos. E a ideia aqui é um pedido: que a gente fuja um pouco mais dos estereótipos, que a gente conheça mais a fundo. (...) Acho que o bacana, a riqueza está justamente em a gente conhecer essas pessoas com suas histórias e suas vivências. Conhecer e respeitar a diversidade maravilhosa que existe nesse brasilão maravilhoso. (GERMANO, 2018)

O vídeo termina aos 8’51” com a recomendação de leitura e indicação de *link* para compra do livro na caixa de descrição do vídeo. Faz o *call to action* para

que o espectador se inscreva no canal, deixe um *like* e comentários e que siga o perfil do ‘Elefante Literário’ em outras redes sociais. Há uma cena pós-créditos com um breve ‘erro’ de gravação como uma performance de bastidores.

Este tipo de resenha com discussão temática não é tão comum quanto o primeiro, mas se faz bastante presente na comunidade e tem ganhado força junto a grupos que militam por representatividade nas artes, em especial na literatura. Obras que dialogam com pautas identitárias vem se popularizando em discussões de grupos leitores das redes sociais e, ao longo da pesquisa, foi possível identificar que o maior interesse desses leitores acaba sendo a trajetória dos personagens dentro da narrativa e a posição do autor e/ou narrador frente ao tema. Aspectos estruturais e estéticos do texto aparecem muito pouco, ou não aparecem.

Caroline Germano, embora tenha apresentado brevemente o enredo e os personagens da obra, direcionou a ênfase de sua resenha à sua recepção, enquanto nordestina, de uma obra sobre nordestinos, mas escrita por uma paulista. O aspecto identitário teve mais peso do que o valor estético, ou mesmo a fruição do texto. Assim como Victor Almeida, Carol colocou a experiência pessoal em primeiro plano, mas enquanto o primeiro tratava da empatia e da reflexão pessoal ativadas pelo livro, a segunda colocou uma questão externa ao livro, o estereótipo nordestino, em diálogo com o processo de escrita do texto.

O último vídeo a ser analisado neste capítulo será o de Mell Ferraz, do canal ‘Literature-se’ sobre o livro ‘O Quarto de Jacob’, de Virgínia Woolf. Esta resenha faz parte do projeto de leitura #LendoVirginiaWoolf⁶¹, criado em janeiro de 2018 com o objetivo de ler os nove romances da autora ao longo do ano. Além da série de vídeos no youtube, foi também criado um grupo aberto para discussão de leituras do projeto na rede Facebook. Por ter sido ordenado cronologicamente, ‘O Quarto de Jacob’ é o terceiro livro resenhado no projeto.

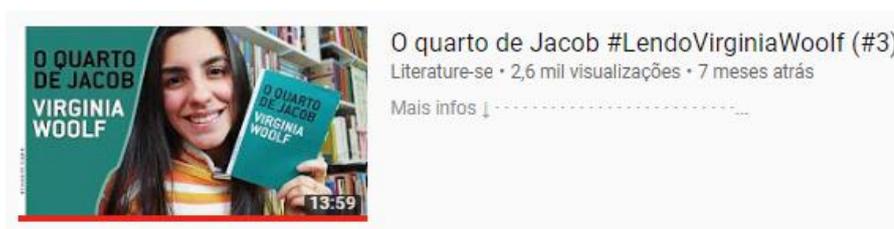


Figura 17- Miniatura e título do vídeo sobre o livro ‘O quarto de Jacob’

61 Vídeo de apresentação do projeto #LendoVirginiaWoolf. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YCvaxjIAUPQ>. Acesso em: 05/01/19.

Mellory Ferraz, conhecida como Mell, reside em Jundiaí/SP e tem formação em estudos literários. Seu canal ‘Literature-se’ foi criado em 2010 e atualmente conta com mais de 103 mil inscritos e cinco milhões de visualizações. Além da plataforma de vídeos, Mell participa da comunidade de inscritos do canal na rede Facebook e mantém um perfil bastante ativo na rede Instagram⁶², onde costuma dividir suas experiências de leitura em tempo real na ferramenta *stories*. Diferentemente dos *booktubers* anteriores, Mell também mantém um blog⁶³ além de suas redes sociais, embora seja muito pouco atualizado. O gênero mais comentado em seus vídeos é o romance, sendo clássicos ou contemporâneos, e majoritariamente de língua inglesa.

O vídeo ‘O Quarto de Jacob #LendoVirginiaWoolf (#3)’ começa com uma cena de bastidores onde Mell demonstra dificuldade para ajustar seu microfone à lapela de sua roupa, já que veste uma blusa de gola alta, e em seguida aparece a vinheta do canal. Como introdução à discussão, a *booktuber* avisa que este livro faz parte do projeto de leitura conjunta e que por ter finalizado o livro na noite anterior, ainda estaria com tudo bastante ‘fresco’ em sua memória. Logo após, Mell localiza a importância deste livro frente ao trabalho de Woolf:

É aqui que nós vemos então a linguagem modernista começando a surgir em sua obra. Se até então a linguagem era abundantemente convencional, no sentido tradicional da coisa, aqui então a gente já começa a notar que o modernismo entrou com tudo na vida escritora. Por que eu digo isso? Por conta não só de umas técnicas que ela começa a inserir no enredo, ou o que a gente considera como enredo do livro, mas também porque eu tive um grande sentimento, em vários momentos do livro, de: ‘O que é que está acontecendo aqui?’. (FERRAZ, 2018)

Essa sensação de não ter certeza do que está acontecendo no texto é vista como algo positivo na obra de Woolf, e Mellory explica que gosta da necessidade de “mais estudos” após a leitura. Ao longo da resenha, a paulistana de fato o faz, ao trazer textos de apoio à discussão como um artigo acadêmico sobre a obra e trechos do diário de Woolf, além de outras resenhas e de trocas com colegas. Aos 2’21” a *booktuber* começa a analisar o enredo, dizendo que o livro narra a vida de Jacob Flanders, de forma que este não tem uma voz própria e sua história é contada através das perspectivas de outros personagens, em estrutura próxima do

62 Perfil de Literature-se no Instagram. Disponível em:

<<https://www.instagram.com/blogliteraturese/>>. Acesso em: 05/01/19.

63 Blog Literature-se. Disponível em: <<http://www.literature-se.com/>>. Acesso em: 05/01/19.

ensaio e em semelhança ao movimento impressionista. Mell passa por alguns dados concretos do que seria a biografia de Jacob, mas avisa que estas informações foram “pegas no ar” ao longo da leitura, já que o texto não é explícito.

Sobre esse exercício de encontrar os fatos, a *booktuber* traz uma citação do livro onde diz: “Não adianta tentar resumir as pessoas, é preciso seguir as pistas. Não exatamente do que é dito, tampouco plenamente do que é feito” e, baseada nesta frase de Woolf, Mell defende a relação da obra com a pintura impressionista, pois é possível enxergar as “pinceladas” da autora como uma forma de deixar as pistas sobre o quadro maior, que é a compreensão de quem é Jacob. Também sobre o descolamento do concretismo, Mellory traz uma entrada do diário da autora e coloca que:

Ela diz que ela não tem o dom do realismo que muitas pessoas associam a ela, que na verdade ela desconfia do realismo e da facilidade que vem com essa representação. Pra ela a representação vai mais no sentido de, pelo menos é o que livro transmite, da sensação, que é um elemento essencial pro impressionismo, que também valoriza a experiência das impressões. (FERRAZ, 2018)

Aos 5’25”, inicia-se uma investigação sobre quem seria o narrador do livro. Mell confessa não ter tido certeza de quem o seria ao longo da leitura, mas notava que este teria uma voz feminina em suas colocações. Em pesquisa bibliográfica, encontra um artigo acadêmico⁶⁴ sobre o narrador autoconsciente na obra e revela que se surpreendeu com a conclusão de que a narradora seria a personagem Sandra Wentworth. A partir desse novo ponto de vista, a *booktuber* levanta uma outra questão: seria Sandra um narrador confiável?

E a gente percebe, lendo esse artigo que pode realmente ser a Sandra, que é a pessoa que supostamente pela qual o Jacob vai se apaixonar e que tem 10 anos a mais do que ele. E essa paixão também me deixou um pouco louca porque foi repentina, foi esquisita, foi difícil engolir essa paixão. Poxa, se é ela falando da paixão dele por ela própria pode ser que tenha aí um filtro, né? Não é o Jacob falando de sua paixão, então como confiar nesse narrador? E aí tudo pra mim acabou sendo uma questão de confiar ou não. (FERRAZ, 2018)

Logo após, Mell introduz um texto escrito na comunidade de discussão do projeto no Facebook. A leitora e inscrita do canal aborda a característica “fugidia” das personagens e afirma que não é possível concluir a leitura com a certeza de

64 Artigo da revista *Modern Fiction Studies*. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/pdf/26279212.pdf?seq=1#page_scan_tab_contents. Acesso em 06/01/19.

que se sabe por completo quem é Jacob Flanders, pois ele sempre nos escapa. O texto lido por Mell traz a citação de Woolf “não é possível resumir as pessoas” para defender que as perspectivas fragmentadas apresentadas ao longo do capítulo servem como reforço deste sentimento de incompletude. A *booktuber* agradece bastante a leitora pelo extenso comentário e enfatiza que o narrador autoconsciente e, talvez, não confiável, também desempenha um grande papel nesta construção. Não só não temos Jacob por completo, mas o que temos vem a partir de um filtro.

Como último tópico de discussão sobre o livro, Mell cita o trecho: “As ruas de Londres estão no mapa, mas as nossas paixões são inexploradas. O que encontraremos ao dobrar a esquina?”. Desta citação segue a discussão sobre como a fluidez da vida aparece no texto, e na obra de Virgínia Woolf como um todo, principalmente ao se ler as últimas páginas sobre a vida de Jacob, as quais a *booktuber* faz mistério, pois não quer dar *spoiler* no vídeo. Para finalizar a análise, Mell sinaliza que o livro, apesar de ser curto e aparentar ser singelo, na verdade é bastante profundo e de uma leitura difícil. Também afirma que pretende reler o texto para “aproveitar melhor suas nuances”.

Sobre aspectos técnicos, Mellory, que também trabalha com revisão e preparação de textos, aponta que a edição que tem em mãos (editora Grua Livros) é bastante superior às da editora Novo Século, dos exemplares lidos anteriormente durante o projeto. Para finalizar o vídeo, Mell relembra seus espectadores de que a leitura conjunta do mês seguinte será ‘Ms. Dalloway’, agradece a todos que acompanharam o projeto e como *call to action* pede para que comentem qual edição cada inscrito leu, suas impressões a respeito do narrador e dos personagens, e se despede para a câmera aos 13’58”.

Este tipo de resenha com apoio de textos de terceiros não é muito comum na produção da comunidade. Embora haja canais que apresentem discussões que se baseiam em fontes que vão além das próprias impressões, estes ainda são poucos, embora apresente números de inscritos e de visualizações bastante expressivos. As discussões apresentadas por Mell têm em comum com as de Victor e Caroline o caráter da partilha de experiência de leitura, pois, mesmo se apresentando como um olhar analítico do texto, parte de seus interesses pessoais e curiosidades enquanto estudante de estudos literários. Também no que tange o discurso horizontalizado, Mell trata com o mesmo valor o comentário

compartilhado por uma leitora na rede social e um artigo acadêmico publicado em revista. Também é possível notar que a *booktuber* se mantém como uma leitora curiosa, e por vezes perdida, ao longo da resenha e se afasta do discurso professoral ou de autoridade que poderia adotar ao falar da obra e levantar os pontos de análise crítica.

Reforçamos neste ponto do trabalho o entendimento dos *booktubers* enquanto leitores que, ao se envolverem – cada um a sua maneira – com as obras, articulam suas memórias e vivências para produzir e compartilhar o que chamamos de experiências de leitura. Conforme apresentado, há certos tipos de códigos dentro da comunidade para transmitir essas informações com o apoio de cenário, enquadramento, montagem audiovisual e formatação de conteúdo. Estes códigos auxiliam na construção da identidade do canal e na construção de relacionamentos com seus espectadores. Reforçamos a importância de entender este leitor enquanto alguém que realiza trocas com o texto, pois:

O ato de ler, na medida em que vem apelar ao receptor por sua participação, acaba provocando suas memórias e nelas, suas posturas, seus sonhos, suas opiniões antes tão encobertas ou desconhecidas por ele próprio. O ato de ler convoca ao exercício de pensar e neste, ao de se encontrar. Pensar, pesar, evocar, rememorar as experiências iniciais e posteriores da leitura, por exemplo, são gestos que afetam o ato de ler e o impregnam das vivências de cada um, dando-lhe a oportunidade, pouco a pouco, de conscientizar-se. (YUNES, 1995, p.192)

No próximo capítulo iremos propor três vias de análise para este ‘fazer *booktube*’ apresentando: sua potência enquanto mediação de leitura; seus usos e impacto no mercado editorial; e sua aproximação da crítica literária. Estes três eixos dialogam com discussões recorrentes sobre a produção de resenhas por não especialistas e a profissionalização e/ou mercantilização da atividade, e seus usos institucionais como ferramenta de divulgação cultural e estratégia de incentivo à leitura.

4

A horizontalidade do discurso em três atos: mediação, consumo e opinião

4.1

Leitores, narradores e mediadores

Foi só aí que eu saquei que não é resenha, nem publicidade que espalha o que um escritor escreve, é a gente, Leitor, a gente espalha até sem querer.

Lygia Bojunga

A passagem de Lygia Bojunga abre este capítulo de forma provocadora: quem vai além da resenha e da publicidade para seduzir e afetar o entorno para que este conheça um texto, um filme, uma exposição artística? O Leitor. É ele quem, atravessado pela leitura que acessou suas vivências e deslocou seus sentidos, espalha os escritos aos sete ventos, no desejo de comunicar as sensações experimentadas. Se a leitura é um ato de escuta, os leitores – com L maiúsculo de Lygia – e *booktubers* buscam o diálogo.

4.1.1

Leitura, Fruição e Interpretação

Entendemos que *booktubers* são leitores já que vão à rede falar de suas leituras, mas o que faz com que eles sejam leitores e não somente ledores? Cotidianamente lemos mensagens, rótulos, placas de trânsito, avisos de ‘proibido fumar’ acompanhados de fumantes despreocupados, entre tantos textos que são automatizados pelo olhar. Ler pode ser muito mais do que decodificar uma sequência de palavras; muito além do texto escrito, podemos realizar a leitura do clima, de pinturas abstratas ou a leitura da palma da mão. Localizar conceitualmente o leitor e a leitura se faz então necessário para prosseguir com a pesquisa sobre o objeto e sua relação com a mediação.

“Ler é realizar a *experiência* de *se pensar pensando* o mundo.” A partir desta definição de Eliana Yunes (2002, p.25) no livro ‘Pensar a Leitura: Complexidades’, entendemos na leitura um movimento de constante troca com o texto, deixando que ele mergulhe pela subjetividade interna e volte à superfície

modificado, significado ou ressignificado, deixando que o fio da leitura se transforme em experiência.

Sendo o sujeito dotado de subjetividade, tendo em sua trajetória de vida experiências pessoais e consciência particular, o modo como ele vê a si mesmo altera a sua percepção do mundo a seu redor. O conhecimento dos objetos e sujeitos do seu exterior, por mais que se procure manter um olhar crítico e racional sobre estes, sempre serão ‘contaminados’ pela bagagem pessoal daquele que os procura entender. Desta maneira, conhecer algo ou alguém sofre um direcionamento de olhar subjetivo que acaba por, no recorte, refletir o mundo interior de quem olha. O foco no externo espelha o universo interno.

Compete, pois, realizar um esforço de “compreensão vital”, na linha aberta por Dilthey, já no século XIX. Por esta perspectiva, a experiência íntima de um sujeito resultaria numa cosmovisão que se traduziria em uma produção, em uma voz, capaz de expressar a singularidade deste olhar. Para este, compreender não é explorar; é conhecer intuitivamente por uma participação vivida. (YUNES, 2002, p.31)

Longe do modelo comunicacional de Jakobson, em que o receptor seria o sujeito passivo da mensagem, ou do movimento de matriz iluminista que não permite que nada fuja ao texto, o leitor que trazemos aqui é o que interage com as obras. Enquanto ele busca a interpretação, o texto demanda sua bagagem de leitura. Como ler *Capitães da Areia* quase cem anos após o seu lançamento, estando do outro lado do país (lembrando que a história se passa em Salvador e o leitor Victor Almeida se encontra em Londrina) sem atualizar questões do texto e entender as relações no contexto histórico e social? Para que Pedro Bala possa cativar o leitor e descortinar o universo dos meninos de rua, ele necessita da ação daquele que lê sobre o texto. É na interação que ele, o leitor, de fato interpreta a narrativa e não apenas ‘compreende’ o encadeamento das cenas apresentadas.

O encontro entre os dois [texto e leitor] corresponde ao confronto do leitor com uma experiência alheia, em que o texto representa um efeito potencial que mobiliza faculdades perceptivas e imaginativas do leitor. Esses efeitos não são propriedades nem do texto nem do leitor, mas ocorrem no entre-lugar que se produz durante o processo de leitura. (OLINTO, 1995, p.21)

O depoimento afetivo de Victor sobre a obra nasce da interpretação singularizada, onde suas intersubjetividades e memórias dialogam com as personagens e as situações apresentadas no texto. Ao longo da pesquisa,

encontramos majoritariamente resenhas com interpretações singulares, algumas sendo mais reflexivas, outras afetivas ou mais críticas, e que se aproximam mais do desconforto da fruição do que do puro contentamento da leitura prazerosa.⁶⁵

Texto de prazer: aquele que contenta, enche, dá euforia; aquele que vem da cultura, não rompe com ela, está ligado a uma prática confortável da leitura.

Texto de fruição: aquele que põe em estado de perda, aquele que desconforta (talvez até um certo enfado), faz vacilar as bases históricas, culturais, psicológicas, do leitor, a consistência de seus gostos, de seus valores e de suas lembranças, faz entrar em crise sua relação com a linguagem. (BARTHES, 1987 p.21)

Quando se fala em incentivo à leitura e formação de leitores, é comum ver associado o prazer em ler como chave para a criação de um hábito. Prazer esse que, diferentemente da pura satisfação do desejo, como explica a psicanálise, mescla sensibilidade e inteligência. Muito além da comoção catártica que pode levar um leitor às lágrimas ou ao gozo, o prazer do texto se encontra em outra ordem, a da expansão das fronteiras do estar no mundo e a de conhecer, no sentido de ‘estar com’ (*connocere*) outras culturas e realidades, trabalhando assim a empatia junto à razão e ao sentimento. A fruição é o prazer duradouro da informação que se transforma em conhecimento, e do conhecimento que se transforma em saber. É um sabor que permanece a boca mesmo após a última página.

Este movimento expande o prazer de forma gradual e intensifica o desejo de maior intimidade e convivência com as imagens desencadeadoras deste bem-estar ou desta dor que não se esvai com o término do ato de ler. A fruição decorre de uma percepção mista de necessidade e prazer, desliza sobre o tempo e não pesa sobre o leitor, na medida em que uma intimidade cada vez maior, uma inter-relação cada vez mais ágil se faz entre as leituras e os recortes de leitura produzidos por quem se coloca em interação com a obra. (YUNES, 1995, p.194)

Retomando o pensamento barthesiano, estes livros que não nos “abandonam sem que tomemos a palavra para lançá-las mais a frente” (YUNES, 2008, p.79) seriam os livros *escrivíveis* (diferentes dos livros *legíveis*, que encerram sua contribuição no final da leitura). Desta forma, o leitor que dá sua contribuição ao texto e a disponibiliza a outros leitores alcança a outra ponta do fio da história, tornando-se também um autor.

65 Para que não soe cabotina a afirmação, observamos que as leituras mais ‘confortáveis’ aparecem em maior parte em outros tipos de vídeo como os das listas de leitura do mês e brincadeiras como as *Tags*. Por não gerarem discussões relevantes, ou não tocarem o leitor a ponto de se transformarem em *experiências* de leituras, não se sustentam em um vídeo exclusivo como a resenha.

O livro [Praia de Manhattan, de Jennifer Eagan] me trouxe uma sensação (...) muito especial que aconteceu comigo com a criação dos vídeos-resenhas aqui no canal, acho que em 2012. Eu fechei o livro e precisei gravar o que eu achava sobre a minha leitura, para conversar sobre ela com outra pessoa. (FERRAZ, 2018)⁶⁶

Neste trecho do vídeo de Mell Ferraz, a *booktuber* deixa clara sua função escritora, quer seja na escrita do roteiro ou considerando a comunicação oral, do vídeo enquanto escrita, ao desejar expressar sua interpretação única do texto. Para isso, a *booktuber* segue o vídeo contando a história do livro junto à costura de suas impressões. Existe ali uma organização, um fio condutor planejado para levar ao público ouvinte a narrativa de sua leitura, de tomar a palavra e lançá-la à frente.

Na era da informação em multiplataformas, as resenhas em vídeo aparecem como pequenos vagalumes frente aos holofotes contemporâneos. O leitor-escritor vai à internet para “dar passagem aos afetos e reflexões que a leitura promoveu nele mesmo, para que o outro reconheça que há espaço para sentir e pensar diante de algo novo” (YUNES, 2014, p.4), tornando-se então, um mediador.

4.1.2 Mediar e ser ponte

Recordemo-nos de duas importantes características do fazer *booktube*: o discurso horizontalizado e o desejo de criar um diálogo com seus pares leitores. Estes dois pontos, apresentados na definição do objeto no primeiro capítulo, se fazem essenciais para a aproximação deste com uma figura de grande valia às práticas de incentivo à leitura: o mediador. Figura essa que na primeira infância pode ser um pai ou um cuidador, na fase escolar pode ser um professor ou bibliotecário, mas que em qualquer etapa da vida pode ser um amigo que, tocado por um texto (ou filme, ou exposição), sente o desejo comunicar sua experiência, no intuito de mobilizar o próximo para que ele também possa acessar aquilo que o tocou. Neste sentido, os mediadores “são como pontes, não criam barreiras, nem impõem um compasso na travessia de mão dupla, mas se expõem em seu próprio fazer, deixando entrever o modo como opera sua construção de sentido na leitura” (YUNES, 2014, p.3).

66 Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=IfIx1r4Fp9A>>. Acesso em: 18/01/19

O leitor que vai para frente da câmera busca conexão. Deseja narrar o texto lido, dando-lhe uma nova camada de interpretação que nasce dos locais onde o livro acessa o sujeito. Ele se expõe desejando que o espectador que também já tenha lido a obra estabeleça o diálogo ao também apresentar suas impressões. Caso o espectador ainda não tenha tido acesso ao texto, o *booktuber* o incentiva à leitura na intenção de que este retorne ao espaço de discussão para então poder compartilhar suas impressões.

No âmbito da leitura, em oposição à atitude do leitor isolado e contemplativo, fruindo sua obra serenamente numa doce solidão, podem ser tomados como exemplos significativos de práticas de leitura vinculadas à ideia de sociabilidade, fenômenos contemporâneos como os *fanfictions*, *as séries* ou mesmo determinados *blogs*, que têm na internet seu suporte básico, ainda que presumam a leitura prévia de obras por vezes calhamaçadas (como *Harry Potter* ou o *O Senhor dos Anéis*). São demonstrações concretas dessa necessidade que os jovens têm hoje de explorar até mesmo o universo da literatura de uma forma que implique interação permanente entre pares. (CECANTTINI, 2009, p.224)

Desempenhando esse papel de mediador, de amigo que está longe de ser um ‘sabichão’ ou uma autoridade no assunto que tenha todas as respostas corretas na ponta da língua, o *booktuber* estimula outros leitores a encontrem seus espaços para sentir e pensar o texto de sua própria maneira, quebrando a barreira do ‘medo’ de ler uma literatura ‘difícil’ (como são vistos alguns livros canônicos) ou mesmo a insegurança de não conseguir entender os textos. Notamos que, dessa forma, o mediador não só faz a ponte entre o leitor e a leitura, mas também pavimenta o caminho para que ele se sinta mais seguro para fruir do texto.

A pesquisadora francesa Michèle Petit afirma em seu livro ‘A leitura e os jovens: uma nova perspectiva’ que “o iniciador ao livro desempenha um papel chave quando um jovem vem de um meio em que predomina o medo do livro, um mediador pode autorizar, legitimar um desejo inseguro de ler ou aprender, ou até mesmo de revelar esse desejo” (PETIT, 2009, p.148). Embora nossa pesquisa não tenha o recorte etário de leitores, notamos nos comentários a diversos vídeos esse múltiplo estímulo ao contato com o livro, seja por criar curiosidade, desejo ou esmorecer os medos. A seguir, alguns exemplos de comentários à resenha de Mell Ferraz sobre ‘O Quarto de Jacob’ e a de Victor Almeida sobre ‘Capitães da Areia’.

Na primeira figura o destaque é para o desejo de conhecer a obra de Virgínia Woolf despertado pelo vídeo de Mell. Na segunda, para o reforço à qualidade da obra e a identificação com Victor pelo receio de ler o livro na época de escola.

- 
- V** Vanessa Prado 7 meses atrás
Mell, seus vídeos de resenha são realmente uma degustação das histórias para mim, não cheguei a ler o livro mas já fiquei querendo ler e tirar as minhas conclusões. Maravilhoso, Parabéns!!
👍 4 🗨️ 🇧🇷 RESPONDER
Ver resposta ▾
- Gerson Ricardo Costa Farias** 7 meses atrás
Gosto muito da Virginia Woolf! Meu TCC foi sobre ela e Clarice Lispector! Valeu pela a sua resenha! Felizmente o próximo livro do mês de junho foi o que eu analisei! Parabéns!
👍 5 🗨️ 🇧🇷 RESPONDER
Ver 6 respostas ▾
- K** Kimberly A 7 meses atrás
Nunca li nada na Virginia Woolf, mas fico morrendo de vontade quando vejo seus vídeos!
👍 1 🗨️ RESPONDER
- Mirela Silva** 7 meses atrás
Será que da tempo de adquirir os livros restantes e participar desse projeto lindo? ahahwhhqwwhwhw estou tentada a fazer isso
👍 1 🗨️ 🇧🇷 RESPONDER
Ver resposta ▾
- Debora Alves** 7 meses atrás
Maravilhooooosaaaaa💕💕

Figura 18 - Comentários à resenha de Mell Ferraz sobre O Quarto de Jacob

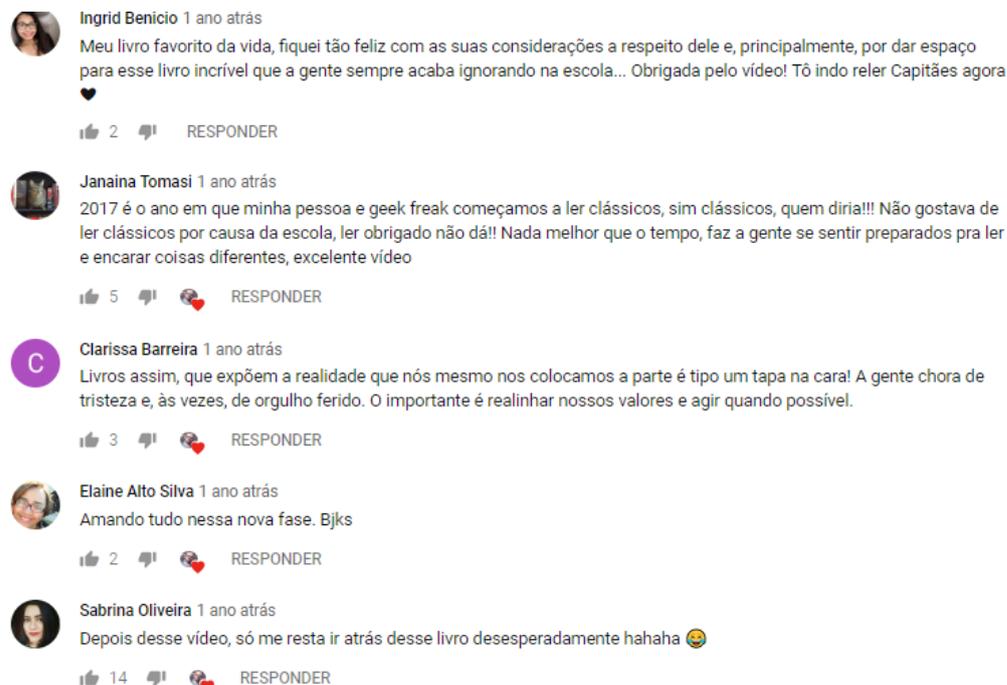
- 
- Ingrid Benicio** 1 ano atrás
Meu livro favorito da vida, fiquei tão feliz com as suas considerações a respeito dele e, principalmente, por dar espaço para esse livro incrível que a gente sempre acaba ignorando na escola... Obrigada pelo vídeo! Tô indo reler Capitães agora
👍 2 🗨️ RESPONDER
- Janaina Tomasi** 1 ano atrás
2017 é o ano em que minha pessoa e geek freak começamos a ler clássicos, sim clássicos, quem diria!!! Não gostava de ler clássicos por causa da escola, ler obrigado não dá!! Nada melhor que o tempo, faz a gente se sentir preparados pra ler e encarar coisas diferentes, excelente vídeo
👍 5 🗨️ 🇧🇷 RESPONDER
- C** Clarissa Barreira 1 ano atrás
Livros assim, que expõem a realidade que nós mesmo nos colocamos a parte é tipo um tapa na cara! A gente chora de tristeza e, às vezes, de orgulho ferido. O importante é realinhar nossos valores e agir quando possível.
👍 3 🗨️ 🇧🇷 RESPONDER
- Elaine Alto Silva** 1 ano atrás
Amando tudo nessa nova fase. Bjks
👍 2 🗨️ 🇧🇷 RESPONDER
- Sabrina Oliveira** 1 ano atrás
Depois desse vídeo, só me resta ir atrás desse livro desesperadamente hahaha 😂
👍 14 🗨️ 🇧🇷 RESPONDER

Figura 19 - Comentários à resenha de Victor Almeida sobre Capitães da Areia

Neste eixo da pesquisa, analisamos como o *booktuber*, enquanto leitor que interage com o texto ao se deixar afetar e acessar suas memórias e vivências, interpreta o livro a sua forma e vai a internet para dar passagem a sua experiência de leitura e estimular no outro o desejo de conhecer a obra e/ou de trocar suas impressões de leitura. Sabendo que o leitor incentivado pela resenha tem à disposição diversas maneiras de entrar em contato com o texto (empréstimo em bibliotecas, com amigos, cópia não-legalizada, compra em sebos e livrarias) não é tarefa fácil medir o impacto da comunidade na média de leitura nacional, porém, devido a tecnologias de compras online e mecanismo de aferição de dados, o *booktube* tem se mostrado ao mercado editorial como um grande aliado à divulgação e comercialização de livros. Seu papel como agente econômico será abordado no próximo tópico.

4.2

O *booktuber* como influenciador no mercado editorial

Após uma troca de mensagens pelo twitter, marcamos data e hora para uma conversa via Skype. Eu tentava ligar de um lado, ela tentava ligar de outro, de forma alguma o serviço de videoconferência parecia funcionar naquele dia. De volta à comunicação via twitter, mas dessa vez por mensagem privada, trocamos números de telefone para tentar uma ligação por WhatsApp. Descobri que o aplicativo em sua versão web não funciona para ligações, corri para encontrar o carregador do celular, desenterrei meu gravador de áudio e posicionei o telefone em um tripé improvisado para ter as mãos livres para as anotações em papel. Após esse passeio pelas mídias, finalmente consegui conversar com Paola Siviero, autora do livro ‘O Auto da Maga Josefa’.

O caso do livro nacional, de editora independente, com publicação exclusiva em formato digital que aparecia em destaque em todas as minhas redes sociais – ponto para o funcionamento do algoritmo – se mostrava como uma boa entrada na pesquisa sobre as novas dinâmicas do mercado editorial brasileiro, o que de fato se concretizou.

Após entrar em contato com diversas editoras, entre tradicionais e independentes, Paola chamou a atenção da casa Dame Blanche⁶⁷ – uma editora pequena e focada em publicação de novelas e romances de gênero especulativo (horror, fantasia e ficção científica). Por trabalhar com autores estreados, com mercado de nicho e por não ter capital de giro o suficiente para entrar no circuito do livro impresso e venda em livraria física, Dame Blanche publica seus títulos exclusivamente em formato digital.

Um ano e meio após a aprovação do manuscrito, ‘O Auto da Maga Josefa’ estava pronto para seu lançamento. Como forma de divulgação, planejou-se a distribuição de alguns livretos impressos com o primeiro capítulo do livro durante a Bienal do Livro de São Paulo, porém, um atraso na gráfica impediu que essa estratégia se concretizasse. Como a necessidade é a mãe da invenção, a impossibilidade financeira de desperdiçar o material impresso transformou uma distribuição na feira em uma promoção no perfil⁶⁸ do *instagram* da editora: os quinze primeiros seguidores a comentar na publicação receberiam um exemplar do livreto em casa.

Por um golpe de sorte, alinhamento dos astros e para o bem desta narrativa, uma das pessoas a receber o exemplar foi Alfredo Neto, conhecido como Fred, criador do perfil sobre lançamentos literários no twitter ‘Sem Spoiler⁶⁹’. Após a leitura do capítulo, Fred se mostrou encantado com o Auto e divulgou suas impressões de leitura em suas redes sociais. Esta divulgação entusiasmada e espontânea chamou a atenção do fã de livros de fantasia e *booktuber* Victor Almeida.

Na semana do lançamento oficial do livro, Victor divulgou em suas redes sociais que havia lido e adorado a novela e, alguns dias depois, em seu vídeo de leituras do mês⁷⁰, apresentou o título como um “dos mais engraçados da vida”. Para a felicidade de Paola e de sua editora, esta exposição nas redes deu início a uma série de indicações no boca a boca virtual, fazendo com que as vendas crescessem consideravelmente e influenciando outros leitores a divulgar suas

67 Site da editora Dame Blanche disponível em: <<https://www.dameblanche.com.br/aeditora>>. Acesso em: 12/01/19.

68 Página da publicação promocional disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BmbTUX0nEgL/>>. Acesso em: 12/01/19.

69 Perfil Sem Spoiler no twitter disponível em: <<https://twitter.com/semspoiler>>. Acesso em: 12/01/19.

70 Leituras do mês de agosto. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PiUrJrKgHjQ>> Acesso em: 12/01/19.

impressões de leitura (como Caroline Germano, do canal ‘Elefante Literário). Em pouco menos de quatro meses, a venda do livro já havia sido suficiente para pagar os custos da edição, um marco para a Dame Blanche.

“Tem tanta coisa legal sendo lançada, que você não consegue espaço para atizar a curiosidade das pessoas. Essa questão do *booktube* e do influenciador digital, pra mim, foi essencial. Teria sido um lançamento totalmente diferente se algumas dessas pessoas não tivessem comprado e divulgado por si, sem cobrar absolutamente nada”, diz Paola. Sobre a cobrança para divulgação de livros em canais de *booktube* e perfis sobre literatura em outras redes sociais, a autora se posiciona como favorável a este tipo de serviço e afirma que se houvesse verba para marketing, certamente investiria em publieditoriais.

‘O Auto da Maga Josefa’ se encontra, atualmente, entre os 20 mais vendidos⁷¹ do gênero fantasia na loja de livros digitais do site Amazon.com.

Esta pequena história, com direito a final feliz, ilustra algumas questões importantes que serão analisadas ao longo deste capítulo, como a crise das livrarias físicas do país, o *booktuber* como um influenciador de opinião e consumo, formas de monetização da produção de conteúdo no YouTube e o crescimento do marketing de livros nas redes sociais.

4.2.1 O insustentável negócio das megalivrarias

“Mercado Editorial teme efeito cascata de dívida bilionária de Saraiva e Cultura” foi manchete do jornal Folha de São Paulo⁷² em dezembro de 2018. Com as duas maiores redes de livrarias nacionais em processo de recuperação judicial, somado ao encerramento das atividades da francesa FNAC no país em 2017, o mercado editorial passa por um momento de fragilidade que vai muito além do baixo índice de leitura do brasileiro.

Como é sabido, nosso mercado interno é um difícil jogo de tabuleiro, a começar pelo sistema de consignação de livros das editoras às grandes livrarias físicas. Para explicar o modelo de vendas de maneira enxuta, as editoras realizam um empréstimo de livros às lojas e só recebem o valor dos exemplares após a

71 Lista do livros mais vendidos na kindle store disponível em: <https://www.amazon.com.br/gp/bestsellers/digital-text/5559905011/ref=pd_zg_hrsr_digital-text_1_4_last>. Acesso em: 12/01/19.

72 Matéria disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/12/mercado-editorial-teme-efeito-cascata-de-divida-bilionaria-de-saraiva-e-cultura.shtml>>. Acesso em: 13/01/19.

venda. Um problema comum neste modelo é quando a empresa busca dar visibilidade ao lançamento de um título, apostando em uma grande tiragem e distribuição massiva às livrarias físicas, podendo assim garantir boa exposição em prateleiras e vitrines de loja (com um pagamento pela localização privilegiada). O pagamento desses exemplares só é feito após sessenta dias da distribuição e de acordo com a tiragem vendida ao consumidor final. Se o livro for um sucesso, a editora tem em média um repasse de 40% do preço de capa, se não for, recebe boa parte da tiragem de volta para liberar o espaço de armazenamento das lojas.

Este modelo de muitas apostas funcionou sem grandes alterações até meados do ano de 2014, com a chegada da multinacional *amazon* e o avanço da crise econômica no país. As livrarias físicas, alegando aumento de despesas operacionais e de pessoal, e sofrendo com pressões inflacionárias⁷³, precisaram investir o dinheiro de venda dos livros na manutenção de suas lojas, não repassando então o que seria de direito às editoras. Essas, que têm na livraria seu principal ponto de exposição e de onde vem grande parte do faturamento, não puderam cortar negócios e se mantiveram como credoras, aguardando uma melhora do mercado e o momento quando os pagamentos voltariam a ser feitos. Em dezembro de 2018, a livraria Saraiva devia a sua maior credora, a Editora Moderna, um montante de quase 20 milhões de reais⁷⁴.

Do lado online dos negócios, a maior rede varejista do mundo chega ao país com um enorme capital de giro, adquirindo seu estoque com pagamentos à vista para as editoras e, com maior margem de negociação para descontos, levando o preço mais baixo ao consumidor final, garantindo a fidelização de muitos clientes. Por não ter lojas físicas, os gastos com aluguel de ponto de venda é praticamente nulo e a automatização dos serviços leva as despesas com pessoal também para o mínimo.

Todos os pontos acima abordam a comercialização de livros impressos. Mesmo sem acrescentar o livro digital à equação – terreno indubitavelmente dominado pela *amazon* –, já é possível notar que a dinâmica do mercado editorial está passando por uma grande mudança. A história de Paola Siviero e sua maga Josefa é um exemplo dos caminhos que estão a ser descortinados: editora de nicho,

73 Mais detalhes em: <<https://www.publishnews.com.br/materias/2016/03/30/graas-venda-dos-seus-ativos-editoriais-saraiva-fecha-2015-com-lucro-de-r-329-milhes>>. Acesso em: 13/01/19.

74 Mais detalhes em: <<https://www.publishnews.com.br/materias/2018/12/10/credores-da-saraiva-tem-ate-o-dia-21-para-contestar-valores-de-dividas>>. Acesso em 13/01/19.

distribuição digital e propaganda baseada em engajamento com leitores e influenciadores. Uma fuga do trajeto entre tiragens, dependência de espaço físico para exposição e gastos com distribuição e armazenamento.

Ao final de seu livro “Mercadores de Cultura: o mercado editorial do século XXI”, Thompson, após analisar os mercados dos Estados Unidos da América e da Grã-Bretanha frente ao crescimento da cultura digital, faz uma previsão sobre a redução do espaço para lojas físicas, a expansão do varejo online e as novas formas de capturar a atenção do consumidor/leitor para um título lançado:

O declínio no espaço físico do varejo tornará mais difícil para as editoras que seus livros sejam notados. Haverá menos espaço disponível para exposição dos livros e para que os leitores os descubram, folheando páginas em livrarias, o que atribuirá um preço mais alto aos espaços físicos de exposição que restam, enquanto, ao mesmo tempo, as editoras estarão obrigadas a dedicar cada vez mais esforços de marketing e despesas ao ambiente online, onde esperam encontrar novas maneiras de chamar a atenção dos leitores sobre seus livros e gerar interesse (apesar da avalanche de informações que já ameaça soterrar a maioria dos usuários). (THOMPSON, 2013, p.442)

A previsão do autor em 2013 vem se concretizando nos últimos anos e e analistas do mercado nacional apontam para novas formas de aquecer o setor. Se a vitrine da livraria é um lugar evaporado e as prateleiras cheias de cópias disponíveis para o consumidor potencial ser seduzido também se apagam, o mercado sai em busca de outros espaços de exposição do livro na internet. Se uma livraria de rua ou de shopping convida o consumidor distraído a conhecê-la, as vendas online também buscam meios de cativar a atenção do internauta em meio a ‘avalanche de informações’ existente.

A ênfase nas estratégias de marketing que forneçam experiências aos consumidores – algo próximo à cultura de fã – se apresenta como uma aposta mais eficaz do que saturar a tela de *banners* publicitários. Estimular o desejo de compra como parte de uma lógica de engajamento tem sido a escolha de muitas editoras nacionais para aquecer o mercado em meio à crise das grandes livrarias. Para entendermos como os *booktubers* se encaixam nas engrenagens desse novo modelo, iremos apresentar algumas aplicações práticas de seu uso profissional.

4.2.2 Influenciador digital e amador profissional

Para trazer a discussão sobre o *booktube* enquanto componente estratégico do mercado editorial, faremos primeiro uma breve explanação das formas atuais de se monetizar a produção de conteúdo para um canal do nicho. É válido ressaltar que, assim como Thompson (2013, p.1) coloca no prefácio à segunda edição de seu livro, “escrever sobre a indústria nos tempos atuais é sempre como atirar em um alvo móvel: mal terminamos o texto e a matéria já se modificou”. Desta maneira, os recursos aqui apresentados são como uma fotografia instantânea do objeto, podendo ser modificados a qualquer momento.

A primeira forma de conseguir retorno financeiro com as publicações no youtube é através dos anúncios *Google*. Estes podem ser em formato de *banner* estático que aparece durante o vídeo ou um anúncio em tela cheia antes do início do vídeo (*pre-roll*), conhecido por demorar cinco segundos para disponibilizar o botão ‘pular anúncio’ ao usuário. Como um espaço comercial entre a programação da televisão, os anúncios *google* não tem relação direta com o conteúdo do vídeo, mas há certos padrões estabelecidos de acordo com o perfil de audiência.

Quanto à recompensa financeira ao criador do conteúdo, esta se dá de acordo com o número de visualizações daquele anúncio em seu vídeo. Em geral, um pequeno valor é repassado ao criador do conteúdo a cada mil visualizações do vídeo. Dada as muitas variantes para se chegar ao cálculo do valor, traremos um exemplo concreto para dimensionar o impacto desse anúncios: o canal ‘Vá Ler um Livro’⁷⁵, com cerca de 120 mil inscritos e que obteve um total de 2.232.410 visualizações em seus vídeos ao longo de 2018, faturou via ‘anúncios *google*’ (*google adsense*) US\$ 1.663 neste período. São mais de dois milhões de pessoas atingidas para um retorno financeiro de cerca de seis mil reais, valor considerado muito baixo pelos criadores de conteúdo. Por esse motivo, a maior parte dos canais da plataforma que tem como objetivo monetizar seus vídeos procura outras maneiras de rentabilizar suas páginas.

75 Página do canal Vá Ler um Livro disponível em: https://www.youtube.com/channel/UC5a1_ESDuZm8pCZlIbavNmQ. Acesso em: 04/01/19. (Os dados foram coletados diretamente da página de analytics do canal, que é de acesso restrito ao dono da conta).

O formato mais recente de monetização de canais é diferenciado por não envolver promoção de produtos ou anúncios publicitários: o apadrinhamento. Através de sites como o Patreon⁷⁶, Padrim⁷⁷, ou mesmo diretamente pela plataforma youtube, o público – ou base de fãs – contribui com um valor mensal para a manutenção do canal. É uma forma de financiamento coletivo contínuo para o *booktuber*, e uma chance do espectador mais entusiasmado ter acesso a conteúdo exclusivo e aproximação com o produtor.

Bel Rodrigues oferece, por uma assinatura mensal de R\$7,99 paga por cartão de crédito via youtube, conteúdo exclusivo em texto, ‘selos de exclusividade’ (figurinhas ao lado do nome do usuário) que aparecem em comentários a vídeos e em chats, maior interação na escolha de temas de vídeos, prioridade na divulgação de informações sobre lançamento de livros e um ‘muito obrigada’.

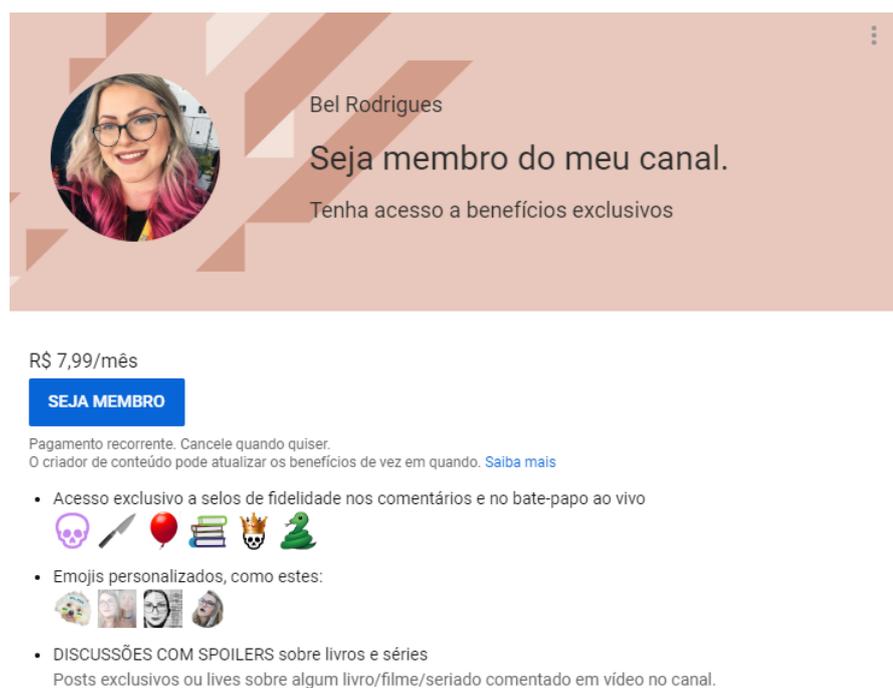


Figura 20- Informações sobre apadrinhamento do canal Bel Rodrigues

Já Isabella Lubrano, em sua página no site Padrim, apresenta uma variedade de valores e recompensas, sendo um real o valor mínimo e sem recompensas, cinco reais tendo como recompensa o nome do padrinho ou

76 Disponível em: <<https://www.patreon.com/>>. Acesso em: 13/01/19.

77 Disponível em: <<https://www.padrim.com.br/>>. Acesso em: 13/01/19.

madrinha aparecendo ao final do vídeo com um agradecimento, quinze reais para ter acesso ao grupo exclusivo de discussão no Facebook, quarenta reais para integrar o clube do livro por videoconferência, sessenta reais para receber presentes surpresa e, por fim, cem reais para ter, além de todas as recompensas anteriores, o direito de escolher alguns dos livros a serem resenhados no canal. Atualmente o faturamento do canal ‘Ler Antes de Morrer’ por esta via é de R\$ 2.257,00 por mês⁷⁸.



Figura 21- Informações sobre apadrinhamento do canal Ler antes de Morrer

Formato semelhante a este, porém com doações voluntárias pontuais e ainda sem tanta popularidade, é o SuperChat. Durante uma transmissão ao vivo no canal, seja para discutir uma leitura conjunta, para atualização de leituras em maratonas literárias ou um bate-papo sobre algum tema ligado ou não à literatura, os participantes do *chat* podem enviar uma quantia em dinheiro para o produtor de conteúdo através da ferramenta. A dinâmica de interação de uma transmissão ao vivo é confusa, pois além de troca de mensagens entre os participantes do *chat*, o *booktuber* lança perguntas em vídeo para que os participantes respondam em texto e os participantes lançam perguntas em texto para que o *booktuber* responda em vídeo ou para que outros participantes respondam em texto. Devido ao volume de mensagens, grande parte da informação se perde e não recebe atenção do produtor da transmissão, mas ao enviar um comentário via SuperChat, o texto aparece em destaque, fazendo com que o *booktuber* o leia em voz alta e interaja com aquele participante, seja respondendo a sua pergunta ou simplesmente agradecendo.

78 Disponível em: <<https://www.padrim.com.br/lerantesdemorrer>>. Acesso em: 13/01/19.

Abaixo, uma fotografia de tela da transmissão ao vivo⁷⁹ do canal Geek Freak, de Victor Almeida. Na ocasião, o *booktuber*, que havia prometido ficar 24 horas em *chat online* quando conseguisse alcançar a meta de cem mil inscritos em seu canal, está com a câmera transmitindo seu quarto e sua reação ao ler as mensagens encaminhadas. Ao longo das horas, o *booktuber* realizou pequenas tarefas como customizar a agenda, jogar jogos *online*, assistir a vídeos de outros *booktubers* e conversar com seu namorado. Como uma pequena versão de um *reality show* com participação ativa dos espectadores.

Como dito anteriormente, a interação é bastante confusa, já que há 356 pessoas *online* trocando mensagens de texto simultaneamente. O comentário patrocinado via SuperChat se encontra no meio da tela de vídeo, no lado esquerdo. A usuária ‘tais de marco’ havia pago uma quantia de dois reais e seu comentário foi: “Manda um beijo para a minha mãe Eva, lindão”. Após ler o comentário, o *booktuber* agradeceu e realizou o pedido da usuária.

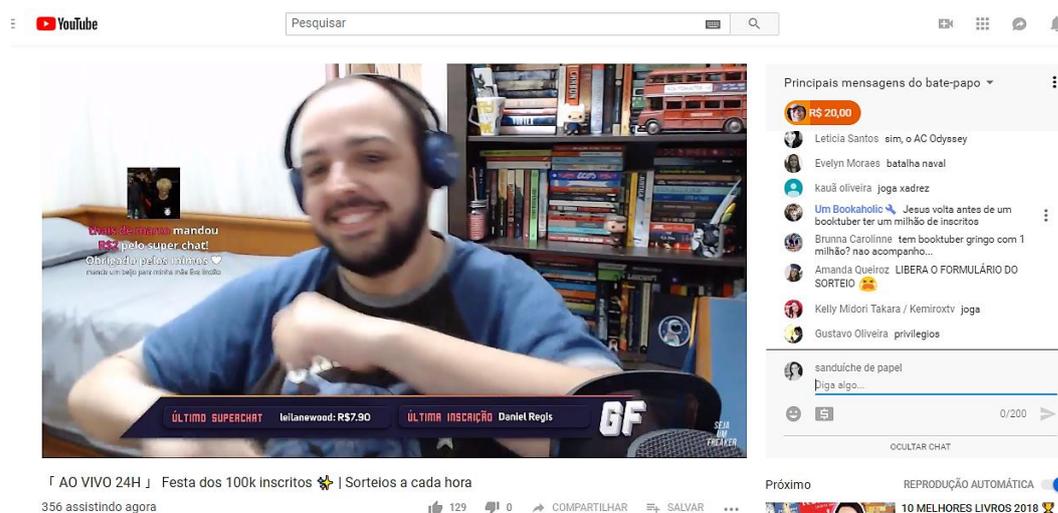


Figura 22- Victor Almeida em transmissão de vídeo ao vivo

Financiamentos coletivos, sejam contínuos ou eventuais, tem se popularizado entre criadores de conteúdo e artistas. Além de canais de youtube, muitos *podcasts*, *blogs* e *sites* independentes de notícias se mantêm por doações voluntárias de sua comunidade de espectadores. No mundo editorial, como uma versão digital do livro dourado, projetos de publicação independente se multiplicam e até mesmo editoras estabelecidas já se utilizaram desta ferramenta

79 A transmissão ao vivo não foi salva pelo *booktuber* na plataforma e seu *link* não se encontra mais disponível para consulta.

para mobilizar uma base de fãs na cultura de nicho. Um exemplo é a arrecadação de 374 mil reais para a publicação de uma edição comemorativa dos cinquenta anos da obra “2001: Uma odisseia no espaço”. A editora Aleph alcançou tal quantia através da colaboração financeira de 1.465 pessoas que, ao contribuírem com o valor mínimo de 180 reais⁸⁰, custearão a produção do livro e receberão um exemplar de tiragem exclusiva aos apoiadores do projeto. "O financiamento coletivo para publicações – que já vem transformando a indústria dos EUA – é uma maneira inteligente de viabilizar títulos especiais das editoras e, principalmente, de permitir que os leitores se aproximem e participem da realização dos projetos", afirma Raíssa Pena, diretora de publicações da plataforma Catarse para o site PublishNews⁸¹.

O que estes tipos de financiamento coletivo apresentam em comum, em maior ou menor grau, é o desejo do consumidor de se sentir próximo à produção e ao produtor do conteúdo que consome. Como uma nova versão da relação fã-ídolo, o leitor aficcionado ou espectador entusiasmado almeja a sensação de intimidade ao alimentar o engajamento nas redes sociais, e o artista ou criador de conteúdo monetiza a relação de confiança através de sua autenticidade performada.

No caso de Isabella Lubrano, nota-se que quanto maior o valor da contribuição, mais acesso à *booktuber* se terá: inicia-se com a comunidade exclusiva para discussão com os seletos membros, segue com a ferramenta de videoconferência para conversa em tempo real e termina com a maior das recompensas, poder escolher a próxima leitura de Isabella. Sobre a transmissão ao vivo de Victor Almeida, em que a exposição de sua intimidade é bastante óbvia, o que comove os inscritos é o desejo de participar daquele momento junto ao produtor, é criar um laço. No segundo caso, a intimidade aparece com um duplo valor: a exposição do que é particular a Victor, como sua casa, seu quarto e seu relacionamento como uma performance de exteriorização do ambiente interno, ou íntimo, e a proximidade quase familiar desejada pela audiência que, ao se sentir integrada ao cotidiano do *booktuber*, o trata como um amigo de longa data, como alguém íntimo.

80 Página do financiamento coletivo disponível em:

<https://www.catarse.me/2001?ref=ctrse_explore_pgsearch&project_id=83879&project_user_id=972087>. Acesso em: 14/01/19.

81 Notícia sobre financiamento da editora Aleph disponível em:

<<https://www.publishnews.com.br/materias/2018/11/14/aleph-bate-recorde-no-catarse>>. Acesso em: 14/01/19.

Diferentemente das celebridades da TV, que entram diária ou semanalmente na casa dos espectadores (MARSHALL, 1997), os youtubers convidam sua audiência para sua própria casa. Enquanto a televisão permite que as celebridades participem da intimidade de suas audiências, o YouTube permite que seus usuários gozem da intimidade das celebridades. Isso oferece outro tipo de consumo, que torna o relacionamento entre celebridade e fã mais próximo do que a televisão já havia permitido (TOMAZ, 2017, p.186).

Desta maneira, o discurso horizontalizado e não especializado para narrar suas experiências de leitura, somados à proximidade que os inscritos acreditam ter com os produtores de conteúdo, estimulam a troca e o engajamento dentro da comunidade. O *booktuber* passa cada vez mais a se tornar um amigo cuja opinião o espectador conhece e confia, e seu poder de influência sobre as leituras de seus inscritos é algo que já tem despertado a atenção dos setores de marketing de editoras.

“Nada influi mais em nossas decisões do que a recomendação de um amigo confiável”, explicou o fundador do Facebook. “Empurrar uma mensagem para cima das pessoas já não é mais suficiente”, acrescentou o célebre Mark Zuckerberg, procurando desprestigiar assim as mídias mais tradicionais – como a televisão e os jornais – com a sua sutil acusação de obsolescência por serem pobremente unidirecionais e não interativas. (SIBILIA, 2016, p. 36)

Com a mudança do perfil da publicidade na era das mídias sociais, muitos mercados precisaram adequar suas estratégias de comunicação com o consumidor para um modelo mais flexível e interativo. O marketing de conteúdo aparece como uma ferramenta para marcas se posicionarem nas redes sociais de maneira dinâmica, oferecendo conteúdo relevante a seu público e assim gerando engajamento e construindo relações de confiança com o consumidor. Tal estratégia costuma ser dispendiosa por envolver profissionais especializados que se mantenham conectados em tempo integral com o público e que estejam sempre a par das notícias, memes, escândalos e brincadeiras que surgem a todo momento na internet. A Netflix⁸², gigante mundial de serviços de streaming, é um exemplo de engajamento orgânico e confiança dos consumidores. Sua conta brasileira no twitter (@netflixbrasil) possui quase cinco milhões de seguidores⁸³ e, suas publicações, dezenas de milhares de respostas positivas ou ‘curtidas’.

82 Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/>>. Acesso em: 14/01/19.

83 Perfil Netflix Brasil no twitter disponível em: <<https://twitter.com/NetflixBrasil>>. Acesso em: 14/01/19.

Empresas que não disponibilizam de um largo orçamento de comunicação, ou mesmo que não tenham interesse em criar esse tipo de relacionamento direto com seus consumidores, têm nos influenciadores digitais uma saída para não abrir mão do poderoso recurso de publicidade social. A marca, quando se associa a um influenciador, toma emprestado para si a credibilidade pessoal deste.

Retorna, aqui, o paradoxo do “amigo confiável”, de acordo com as já célebres palavras de Mark Zuckerberg; pois, como se sabe – ou como se deveria saber –, toda publicidade é enganosa ou desleal por definição; o segredo do sucesso, portanto, consiste em fingir espontaneidade e que os seguidores curtam. (SIBILIA, 2016, p. 44)

No caso da nossa pesquisa, quando um *booktuber* faz uma resenha positiva sobre um livro, ele dá seu selo de aprovação àquele produto. Isso se intensifica quando o canal é focado em um nicho, pois, por mais que o produtor não tenha autoridade formal no assunto, sua audiência o reconhece como alguém com grande experiência e bagagem naquele gênero de livro, o que aumenta sua confiança. Este selo de aprovação pode associar o conteúdo a produtos que vão além do mercado editorial, como marca de café, cursos de línguas, camisetas poéticas, entre outros. Não há restrições para tipos de produtos, contanto que haja conexão com a audiência do canal e que faça ‘sentido’⁸⁴. Promoções que não condigam com a identidade do canal, como, por exemplo, um romance juvenil sobre vampiros sendo recomendado por um *booktuber* reconhecidamente leitor de literatura russa, costumam ser rechaçadas.

Para não perder a tão valiosa credibilidade, eles [os influenciadores] costumam garantir que esse tipo de “publicidade social” só é realizada quando realmente confiam no fornecedor do produto ou serviço em questão, ao passo que indicações enganosas, ou mercadorias das quais não fazem gosto, jamais passariam por seus assentimentos. Embora os ganhos financeiros que eles costumam receber nessas situações sejam significativos, ao endossar um produto, o que entra em jogo – e pelo qual as empresas pagam – é o valor da credibilidade pessoal do “influenciador”. (SILVESTRE, 2018, p. 27)

Trouxemos no título deste capítulo a expressão ‘amador profissional’ justamente por conta desse jogo de equilíbrio entre a autenticidade e espontaneidade reconhecidas e aclamadas pelo público como premissa para depositar no produtor a sua confiança, e as relações comerciais existentes na

84 Como Jean Perdu, o livreiro protagonista do romance ‘A Livraria Mágica de Paris’ (Nina George) que faturava mais ao vender meias de compressão a senhoras que sentiam as pernas cansadas ao se sentarem para ler do que propriamente pela venda de livros.

venda de espaço publicitário na mesma plataforma onde se espetaculariza o íntimo. Ali, o profissional de produção de conteúdo performa o amadorismo e abre espaço para as marcas associadas fazerem o mesmo.

No YouTube, diferentemente da televisão, não há segregação do ‘espaço da novela’ e o espaço do ‘intervalo comercial’ (mesmo que hoje exista uma grande inserção de produtos pagos em novelas e filmes). A indicação, a opinião e a publicidade se encontram no mesmo território, por isso a defesa de que o uso publicitário das redes sociais seja, ou pareça ser, o mais orgânico possível.

Em publicação de março de 2018, Paola Aleksandra, *booktuber* conhecida por ser fã de romances de época e eróticos, notifica ao final do texto de descrição de seu vídeo⁸⁵ que a resenha se trata de um conteúdo pago, mas, que ainda assim, espontâneo: “Este vídeo foi patrocinado pela editora Valentina, mas isso não muda minha opinião sincera (e o fato de eu adorar esse livro)”. A notificação do patrocínio é obrigatória, já que o CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) proíbe o uso de publicidade velada, podendo ser feita oralmente no vídeo ou em alguma notificação de texto. Dos 204 comentários feitos à publicação, nenhum se refere ao fato de ser um conteúdo pago, muitos demonstram interesse em adquirir um exemplar do livro e apenas um escreve sobre já ter lido e se decepcionado com a série.

85 Vídeo disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4U25h7Us7-E>>. Acesso em: 15/01/19.



[Dica] Prazeres Sombrios – Kresley Cole (SÉRIE HOT 🔥)

8.471 visualizações

👍 1,4 MIL 🗨️ 7 ➔ COMPARTILHAR ⌵ SALVAR ⋮

Figura 23- Vídeo com conteúdo publicitário de Paola Aleksandra

Em outro exemplo de publieditorial – com têm sido chamadas as resenhas patrocinadas –, Bel Rodrigues anuncia um livro sobre crimes que se encontra em pré-venda no site da editora. A *booktuber*, como já falado anteriormente, tem grande parte de seu conteúdo voltado para literatura sobre crime, mistérios e terror, e seus inscritos também demonstram grande interesse sobre os temas. A editora do livro em questão, a Darkside Books, que também se posiciona no mercado como o abrigo do ‘lado sombrio da literatura’⁸⁶, aproveita a ação para unir sua imagem à da influenciadora, utilizando a opinião de Bel como argumento de venda sem passar por ‘publicidade enganosa’.

86 Página institucional da editora disponível em:

<<https://www.darksidebooks.com.br/institucional/editora>>. Acesso em: 15/01/19.

Diferentemente de Paola, que fez o aviso sobre publicidade na caixa de texto do vídeo, Bel, utilizando um recurso recente da plataforma YouTube para notificação de publicidade, informa no canto inferior esquerdo que este ‘Contém promoção paga’.



#Livros
Livros sobre CRIMES REAIS que serão lançados no Brasil 🤔
41.442 visualizações 8,8 MIL 24 COMPARTILHAR SALVAR ...

Figura 24 - Vídeo com conteúdo publicitário de Bel Rodrigues

Os comentários deste vídeo, que até a presente data somam 492, apontam para o sucesso da ação publicitária. Há elogios ao conteúdo do vídeo, à espontaneidade da ação, à qualidade dos livros da editora e uma grande parte de comentários comemorando por já ter efetuado a compra ou se queixando por não ter dinheiro no momento para adquirir o livro.

- Andreza Lélis** 1 mês atrás
A melhor influenciadora que você respeita! Comprei o livro pelo seu link Bel o/ em apenas 7 minutos de vídeo kkk
17 RESPONDER
Ver resposta ▾
- Larissa Cardozo** 1 mês atrás (editado)
Meu presente de Natal pra mim mesma já tá comprado, pirei na fita rosa! Hahahah obrigada mais uma vez, Bel! ❤️ (Teu canal vai me falir)
20 RESPONDER
- Ana Vitoria** 1 mês atrás
e eu que fui desesperada comprar o livro por causa da fita rosa o surto é REAL
6 RESPONDER
- Adri Romanzini** 1 mês atrás
Nem tinha terminado de ver o vídeo e já comprei o livro ❤️
22 RESPONDER
Ver 8 respostas ▾

-  **Ana Estrela** 1 mês atrás
Eu sou mt apaixonada em vc, eu tinha parado de ler fazia um tempo e qnd descobri deu canal eu voltei a ler e comecei a adicionar vários livros há minha lista, por sinal eu fiquei mt viciada nos seus vídeos kk
👍 1 🗨️ RESPONDER
-  **Cyntia Bender** 🍷 1 mês atrás
Ai meu deus que lindeza esse livro!! Eu tinha visto o anuncio do instagram da darkside e já tinha ficado esperando tu comentar alguma coisa Bel! Vai ser meu presente de Natal hahaha
👍 1 🗨️ RESPONDER
-  **Carolina Calderon** 1 mês atrás
Comunicóloga boa é aquela que faz publi parecer pauta espontânea♡

amo o canal e espero que sua parceria com a darkside continue firme e forte, porque adoro o portfólio deles, mas tenho preguiça de ficar checando lançamento de livro físico

Já tô jogando indireta para ver se algum parente me presenteia com aquela edição linda do O Colecionador
Mostrar menos
👍 1 🗨️ RESPONDER
-  **AnastasiaOttoni** 1 mês atrás
AHHHH, queria agradecer DEMAIS pelas legendas! A comunidade de surdos ou com surdez parcial agradece demais! <3 Obrigada!!!!!!
👍 1 🗨️ RESPONDER
-  **Nicolle Nunez** 1 mês atrás
É tão triste saber que não tenho dinheiro pra comprar 😞😞😞😞😞😞😞
👍 1 🗨️ RESPONDER
-  **Fernanda Alves** 1 mês atrás
Esse é o tipo de publicidade q eu gosto, interessante, bem feita, a pessoa q anuncia realmente gosta do q ta anunciando, diferente das publicidades q acontecem por ai
👍 1 🗨️ RESPONDER
-  **Amanda Veber** 1 mês atrás
Já tô vendo um caderno personalizado com essa fita rosa
👍 1 🗨️ RESPONDER
-  **Ana Lessa** 1 mês atrás
ACABEI DE ENTRAR NO LINK E COMPRAR PORQUE NÃO CONSEGUI SEGURAR MEU INSTINTO CONSUMISTA
👍 1 🗨️ RESPONDER

Figura 25 - Comentários ao publieitorial “Livros sobre crimes reais que serão lançados no Brasil”

Os comentários que frisam ter comprado utilizando o *link* indicado pela *booktuber* o fazem por saber que esta também é uma maneira de monetização do canal de vídeos. Algumas livrarias *online*, em especial a Amazon, oferecem um sistema de parceria com *booktubers* que funciona da seguinte maneira: o parceiro recebe da loja um link rastreável personalizado para divulgar em suas redes; os *booktubers* o colocam então na descrição de seus vídeos, avisando que todos os livros abordados ali estarão listados e com *link* direto para a compra; quando um internauta efetua uma compra através daquele endereço, o *booktuber* recebe da empresa um repasse de 10% do valor do livro físico e 15% do valor do livro

digital⁸⁷. Este processo pode ser feito para qualquer livro disponível na loja, dando assim a possibilidade do produtor de conteúdo conseguir retorno financeiro independentemente de atrelar sua resenha à publieitoriais. Paulo Ratz, do canal ‘Livraria em Casa’, conhecido por pedir enfaticamente que seus inscritos utilizem sua *link* para realizar compras no site amazon.com, informou no vídeo “Os 10 livros mais vendidos pelo meu link da Amazon em 2018”⁸⁸ que seu volume de vendas no ano foi de 1.991 itens, e que este montante é aproximadamente metade do valor referente ao ano anterior.

Sobre o risco de perder a credibilidade ao produzir conteúdo pago, os *booktubers* defendem que a venda de espaço publicitário não corresponde à venda de opinião pessoal. Confiança e honestidade são valores marcados pelo discurso dos produtores, que defendem que não venderiam suas opiniões em respeito à relação criada com seu público e à sua própria motivação para manter o canal, que é poder conversar abertamente sobre suas impressões de leitura.

Abaixo, trechos de vídeos com discussão sobre a monetização de conteúdo no *booktube* de Victor Almeida e Mell Ferraz:

Um conteúdo pago, pelo menos aqui no canal, é baseado na honestidade do produtor, no caso, eu, tem com as pessoas que assistem, no caso, vocês. É o compromisso de nunca mascarar uma opinião, nunca falar coisas que não são verdadeiras, afinal a confiança que vocês têm no canal, é tudo para que ele exista. Se você não confia no que a pessoa está falando, se você não vem aqui porque o seu gosto bate com o meu e porque todos os livros que eu indiquei você também gostou, você não tem motivos para assistir a meu canal. (...) Então na minha concepção a gente tem que ter o mínimo de respeito pela pessoa que está tirando o tempo dela para ver a gente. (ALMEIDA, 2018)⁸⁹

Eu acho que a palavra-chave para esta discussão é: honestidade. Eu falo sempre que qualquer canal, e principalmente de literatura, porque envolve ‘ideias’, é um veículo delicado porque você tem ali a opinião de alguém, e ela deve ser sempre sincera. (...) Vocês podem ficar tranquilos porque qualquer vídeo publieitorial que eu já tenha feito, ou venha a fazer, vai ser extremamente à base da minha sinceridade, porque eu acho que essa é a base da minha credibilidade aqui com vocês. (...) Eu criei o ‘Literature-se’ para conversar com pessoas sobre literatura, sobre essa paixão na minha vida, e eu acho que ter a sinceridade em primeiro plano, seria destruir isso que eu venho construindo aqui com vocês. (FERRAZ, 2017)⁹⁰

87 Dados referentes a 2019 fornecidos em conversa com Augusto Assis do canal ‘Vá Ler um Livro’.

88 Vídeo disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=x0MglaMh8Cw>>. Acesso em: 20/01/19.

89 Vídeo “Sou pago para falar bem de livros?” Disponível em: <<https://youtu.be/DYlXjiOpct8>>. Acesso em: 15/01/19.

90 Vídeo “Como os booktubers ganham...” Disponível em: <<https://youtu.be/bhU6FVwG7mg>>. Acesso em: 15/01/19.

Ambas as falas reforçam o que foi dito por Sibília e por Silvestre ao colocar a confiança no centro da dinâmica dos influenciadores digitais. O ‘conselho’ ou a ‘dica’ de leitura teria mais validade quando vinda de um amigo, aquele de quem se é íntimo, que compartilha suas opiniões com base em experiências reais de leitura, que está disposto a conversar de igual para igual, e que também está interessado em ouvir.

Como um contraponto à valorização da conversa impressionista e amadora que cativa e influencia, o professor e jornalista Paulo Pires (2018) entende as resenhas da comunidade como um elogio à ignorância e um espaço de venda de divulgação em vídeos. Em artigo publicado logo após um ‘escândalo’ nas redes sociais – no qual um autor divulgou indignado a tabela de valores de divulgação da *booktuber* Tatiana Feltrin –, o jornalista coloca que “Como se pôde ver claramente no episódio da tabela das “impressões de leitura”, os *booktubers* e seus apologistas orgulham-se de sua ignorância e defendem o amadorismo num reiterado elogio do desconhecimento de causa.” Em outra passagem, Paulo Pires aponta para a possibilidade do conteúdo dos vídeos ter como principal ponto o viés mercadológico: “Cevados pelas editoras com pagamentos ou, mais frequentemente, simples remessas de livros, os *booktubers* celebram a vitória dos critérios de mercado sobre quaisquer outros.”

Com manchete autoexplicativa “Booktubers são os novos críticos literários, ‘jabazeiros’ ou só youtubers que falam de livros?”⁹¹, o jornalista Cauê Murano, do portal de notícias G1, após entrevistar seis *booktubers* sobre os pontos levantados por Paulo Pires, chega a conclusão de que a terceira opção (youtubers que falam de livros) é a que melhor se encaixa como definição.

Em artigo sobre a crise das grandes livrarias e os novos rumos do mercado editorial, Daniel Lameira (2018), editor e consultor de tendências para este mercado, após defender que a criação do livro deve participar de uma experiência maior de consumo junto a conteúdos transmídia e relacionamento honesto com influenciadores, finaliza seu texto dizendo: “Passou-se o tempo em que a indústria ditava o que e como se consome o produto. Somos o último bastião de uma luta

91 Artigo disponível em <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2018/10/01/booktubers-sao-os-novos-criticos-literarios-jabazeiros-ou-so-youtubers-que-falam-de-livros.ghtml>>. Acesso em: 15/01/19.

que não dá *pra* ganhar e que não vale nem se combater, porque estamos errados. O leitor é o que importa, a ele devemos tudo.”

Sobre o risco de as relações comerciais com editoras influenciarem a opinião do *booktuber*, através de análises de vídeos sobre o tema e conversas com os criadores dos vídeos e agentes do mercado, notamos que: nem todo conteúdo dos canais é patrocinado; os *booktubers* defendem que quando contratados para um publiteditorial, opinam genuinamente sobre a obra e no caso de não ter nada positivo para falar sobre o texto, procuram renegociar os termos do contrato ao resenhar outro título da editora, incluir o livro em um vídeo mais dinâmico como o de listas de *bookhaul* ou até mesmo não receber o cachê pela divulgação do livro, mas um percentual referente à leitura crítica.

Em conversa como uma consultora de marketing para mercado livreiro, todas as informações acima foram confirmadas. A profissional da empresa Coisa de Livreiro⁹², que gerencia contratos de parcerias e de publicidade entre editoras, instituições culturais e *booktubers*, afirmou que, por já conhecer os gostos dos produtores, procura sempre sugerir os canais mais alinhados ao gênero de livro que a empresa deseja divulgar e que, na maior parte dos casos, as parcerias ocorrem sem problemas. Quando há a exceção do *booktuber* não gostar do livro e não ter nada de positivo para dizer, é possível rever os termos do contrato, mas que resenhas que contenham pontos positivos e negativos são bem vistas pelas empresas.

É certo que tanto os *booktubers* quanto os consultores de marketing têm muito a se beneficiar com a manutenção da confiança do mercado e do público sobre a opinião sincera de resenhas. Não é possível aqui, neste trabalho, afirmar que o resultado de um vídeo não sofra nenhuma influência de seu contratante ou que todo conteúdo dos canais é formado por publicidade velada. Deste modo, torna-se importante levantar pontos de vista para aprofundar a discussão sobre a ética neste novo modelo de comunicação que vem apresentando um grande crescimento enquanto os modelos tradicionais estão em queda.

Quanto ao ‘culto ao amadorismo’, outro ponto de crítica do professor Paulo Pires no referido artigo, lembramos da importância do discurso horizontal e acessível do *booktube* para efeito de mediação e incentivo à leitura. O

92 Site da empresa disponível em: <<https://coisadelivreiro.com.br/>>. Acesso em: 24/01/19.

distanciamento dos produtores de uma fala professoral ou sacralizada incentiva o engajamento da comunidade e, pela análise de comentários aos vídeos, pode levar leitores a uma visão mais crítica das obras no contexto da troca de experiências em uma leitura feita em conjunto. Mesmo que nenhum *booktuber* tenha se autointitulado crítico literário até o momento, a discussão é rica e, assim como a problematização dos limites éticos da produção, deve ser sempre feita.

Novamente, sem ter o anseio de encontrar a resposta definitiva sobre o lugar do *booktuber* enquanto crítico, iremos propor uma visão comparativa entre a produção de resenhas em vídeo e a de resenhas escritas por jornalistas em suplementos literários e cadernos de cultura na mídia impressa.

4.3

O *booktube* e a crítica literária: aproximações e distanciamentos

Na verdade, a crítica literária precisa de crise: de crise teórica, crise de leitores que precisam ser instados a conhecer um fenômeno novo, crise de paradigmas desgastados, crise até mesmo de mercado.

Beatriz Resende

Tendo em vista que o propósito da crítica, no sentido kantiano, é viver em crise, este trabalho não pretende abarcar discussões e querelas sobre os caminhos da produção artística e sua reflexão no universo acadêmico, considerando a excelente produção científica já existente sobre o tema. Ao que cabe a presente pesquisa, a aproximação do *booktube* à crítica contemporânea será feita no contexto do jornalismo cultural e de resenhas publicadas em suplementos literários. No segundo momento, iremos propor uma nova via para entender a produção crítica da comunidade amadora.

Com base nos capítulos anteriores sobre o ‘fazer *booktube*’, suas práticas e seus discursos, relações com a mediação de leitura e com o mercado editorial, faremos aqui uma breve comparação entre pontos-chave da resenha em vídeo e a da imprensa tradicional. Não é nossa intenção responder se *booktube* é crítica literária – pergunta recorrente em discussões na mídia sobre o objeto –, mas apresentar argumentos para enriquecer o debate.

A imprensa tradicional brasileira vem perdendo seu alcance nas últimas décadas. Tiragem de revistas e jornais drasticamente reduzidas, encerramento de atividades em títulos importantes de nossa história e o ocaso de seus suplementos literários. Por mais que ainda haja espaço para a discussão sobre livros em cadernos de cultura e os bolsões de resistência nas publicações independentes como o Suplemento Pernambuco, o jornal Rascunho e a revista Quatro Cinco Um; o espaço dedicado à discussão de obras literárias (muito além da notícia de lançamentos) junto ao jornalismo cultural vem enfrentado graves cortes.

Em contrapartida, os relatos de experiência de leitura ganham espaço nas redes sociais, não somente na comunidade *booktube*, como também em *blogs*, *podcasts*, *newsletters* e perfis literários no Instagram. São novas vias para discussão de literatura que apresentam a agilidade de atualização e a interação com os criadores de conteúdo desejadas pelas gerações de nativos digitais e indicados na pesquisa de Paula Sibilia⁹³. O formato dos comentários aos livros são diversos e estão sempre a um clique de distância, disponíveis vinte e quatro horas por dia, tendo o leitor/ouvinte/espectador maior flexibilidade para decidir como irá consumir o conteúdo. De maneira similar a plataformas de conteúdo sob demanda como Netflix e Spotify, o leitor pode, ativamente (por ferramentas de pesquisa), buscar no repositório do YouTube as resenhas disponíveis para um título específico, e então ‘zapear’ entre as diversas opções de investidas ao texto e perfis de *booktubers*.

Já ao aproximarmos o jornal e o *booktube* para se pensar a credibilidade dos meios, notamos que há muito mais semelhanças do que diferenças. Embora o jornalismo tenha como máxima a apuração de fatos, e com isso o impresso tradicional tenha conquistado a confiança de seus leitores por estes saberem que o que ali se encontra escrito seja ‘a verdade’ (algo que começa a se abalar em tempos de *fake news*), o *booktuber* também tem nas mãos a confiança de seus espectadores ao performar a espontaneidade enquanto chave de credibilidade (como visto no capítulo sobre influenciadores).

A resenha de jornal, mesmo sendo opinativa e intertextual, traz consigo a chancela do veículo que a publica e por vezes da bagagem do jornalista que a escreve. A resenha em vídeo não possui a credibilidade do veículo, já que,

93 Abordada no subcapítulo anterior.

literalmente, qualquer pessoa pode gravar uma e publicar na plataforma, porém, nos canais mais populares e positivamente avaliados pela comunidade, as resenhas recebem do grupo algo como ‘um voto de confiança’ e, mesmo que não sejam vistas como ‘A Verdade’, são aceitas como ‘uma verdade’.

Venda de espaço publicitário também é um ponto de tensão que aparece em ambas as modalidades de resenhas. No *booktube*, conforme já apresentado, o conteúdo patrocinado por empresas é obrigatoriamente sinalizado e os comentários dos espectadores quanto a veracidade da opinião neste tipo de vídeo é, em geral, positivo. Embora haja uma razoável receptividade desta prática, ainda há críticas constantes no meio sobre os limites entre venda de espaço e venda de opinião em publieditoriais.

Nos jornais, embora o espaço publicitário seja fisicamente separado do espaço editorial, ainda é comum a desconfiança da influência do setor comercial nos textos jornalísticos, afinal os veículos sobrevivem em grande parte às custas de anunciantes. Sobre a possibilidade do resenhista elogiar o trabalho de autores e editores amigos e criticar de forma mais dura o trabalho dos não-amigos, ambas modalidades se encontram igualmente sujeitas a este tipo de suspeita.

Isabel Travancas, em seu livro ‘O Livro no Jornal - Os Suplementos Literários dos Jornais Franceses e Brasileiros nos anos 90’, traz à luz o termo ‘crítica de rodapé’, conhecida por ser produzida por não especialistas e por ser divulgada em órgãos de massa. Este modelo de texto representaria o impressionismo e o didatismo e, segundo Flora Sussekind (1993, p.15) teria três características formais e específicas: “oscila entre a crônica e o noticiário, cultiva a eloquência com o intuito de convencer rapidamente os leitores e apresenta uma leitura fácil, conjugando entretenimento e redundância” (TRAVANCAS, 2001, p.44). Ao comparar os vídeos analisados a tais qualidades, notamos que embora a linguagem de noticiário seja ausente no *booktube*, a preocupação em trazer um texto didático e fácil, pensando no leitor médio, que conjugue o entretenimento à literatura é um grande ponto de aproximação entre as produções.

Sobre a característica impressionista da crítica, Cristhiano Aguiar (2017, p.184) defende que “se há herdeiras e herdeiros do impressionismo crítico, esses não se encontram tanto nos jornais e revistas. Eles se encontram diante das câmeras dos celulares, computadores e notebooks”. Partindo da análise das três resenhas aqui apresentadas, fica evidente o forte teor impressionista dos relatos e

o modo como, a partir dessas impressões particulares, os *booktubers* constroem o julgamento da obra lida e as pontes com a comunidade leitora. Muito além da superficialidade do “gostei/não gostei” rechaçado por Paulo Roberto Pires (2018), aproximamos a importância do impressionismo ao que sugere Antônio Candido:

Para escândalo de muitos, digamos que a crítica nutrida do ponto de vista pessoal de um leitor inteligente, — o malfadado “impressionismo”, — é a crítica por excelência e pode ser considerada, como queria um dos seus mais altos e repudiados mestres, aventura do espírito entre os livros. Se for eficaz, estará assegurada a ligação entre a obra e o leitor, a literatura e a vida quotidiana, (...) se ela não existir, perder-se-á este ligamento vivo, e os críticos serão especialistas, no sentido que a palavra assumiu na ciência e na técnica. Ora, isto poderia ser riqueza de um lado, mas, de outro, empobrecimento essencial, pois as águas ondulantes da literatura revelam muitos dos seus arcanos aos barcos ligeiros, que as singram familiarmente, mais do que à perspectiva solene dos couraçados. (CANDIDO, 1999, p.59)

A “ligação entre obra e leitor, a literatura e a vida quotidiana” realçada por Antônio Candido em muito se assemelha às pontes construídas da mediação de leitura: a interação do leitor com o texto, os afetos, memórias e vivências que dialogam com a narrativa e que dá passagem para sua experiência de leitura tocar outros leitores. Como visto anteriormente neste trabalho, o *booktuber* exerce o papel de mediador ao instigar no colega leitor o desejo de entrar em contato com o texto. A crítica jornalística também se aproxima da mediação ao levar, de maneira informativa e reflexiva, a literatura ao espaço cotidiano do leitor. Gilberto Velho, ao introduzir o trabalho de Travancas (2001, p.11), destaca na pesquisa a sua “visão da imprensa como mediadora entre mundo da alta cultura e a sociedade em geral”.

Como último, porém não menos importante, ponto de análise entre resenhas de *booktube* e as jornalísticas, trataremos a influência no mercado editorial. O papel do *booktuber* enquanto influenciador de consumo, ao ter seu vídeo percebido como uma ‘indicação de amigo’ por seus espectadores, comprovadamente (por rastreio de cliques e *links*) movimentando cifras no negócio dos livros. Já a crítica dos suplementos, por ser impressa em papel e ter outro ritmo de distribuição e consumo, não pode ser tão facilmente relacionada ao aumento do número de vendas de obras literárias. Isso não significa que não haja impacto no mercado, pois tendo em vista que os suplementos “são um espaço de amostragem de segmentos do mercado editorial e que o seu público geral é letrado, culto, provavelmente universitário e com hábito de leitura consolidado”

(TRAVANCAS, 2001, p.141), acredita-se que o leitor já esteja afeito a embarcar em uma nova leitura, precisando apenas de um mediador para alcançá-la.

Porém, se para as cifras do mercado o efeito de ambas resenhas é aproximado, no campo simbólico ainda se distanciam. Em reportagem intitulada “Mercado Literário: Os booktubers irão substituir os críticos especializados?”, Rodrigo Casarin aponta o ‘prestígio’ como o grande diferencial entre os trabalhos.

E esses formadores de opinião substituem a crítica convencional? A resposta dos editores é uma só: não. "São duas coisas diferentes e cada uma tem a sua importância. A crítica consagrada é uma chancela importante, que dá prestígio ao livro. A crítica dos blogs e booktubers é uma leitura não especializada, mas que serve de referência para grande parte dos leitores, especialmente os mais jovens, que preferem buscar na internet a opinião de alguém com quem se identifique para, então, decidir a compra do livro", considera Cíntia, da Rocco. (CASARIN, 2015)

Como já ressaltamos, não é nossa intenção definir o *booktube* como crítica literária ou não, mas mencionar seus pontos de aproximação e afastamento de acordo com o perfil da produção que vem sendo feita nos últimos anos. Por se tratar de objeto contemporâneo, ainda se faz necessário um tanto de distanciamento, talvez, para um estudo conclusivo. No momento, *booktubers*, jornalistas e profissionais de mercado não consideram a resenha em vídeo como uma crítica literária, mas os trabalhos acadêmicos de publicação recente vêm refletindo sobre o objeto como uma forma possível do fazer crítico.

4.3.1

Uma visão propositiva: a fancrítica

...eis que então ele [o livro] desencadeia em nós, durante uma hora, todas as venturas e todas as desgraças possíveis, algumas das quais levaríamos anos para conhecer na vida, e outras, as mais intensas dentre elas, jamais nos seriam reveladas, pois a lentidão com que se processam nos impede de as perceber (assim muda nosso coração, na vida, e esta é a mais amarga das dores, mas é uma dor que só conhecemos pela leitura, em imaginação)

Marcel Proust

Na passagem acima, o narrador de ‘Em busca do tempo perdido’ destaca a leitura como experiência existencial decisiva, “sendo sua forma mais radical propiciada pelo corpo a corpo com a literatura”. Tal colocação, apresentada pelo

professor e crítico João Cezar de Castro Rocha durante uma palestra⁹⁴ na Academia Brasileira de Letras, localiza a literatura como forma de compreender e se relacionar com o mundo, algo que hoje pode ter sido deslocado ao cinema e à internet e suas redes sociais. Porém, sem sucumbir a nostalgia da centralidade da literatura na formação sensível, João Cezar defende que o contemporâneo possui uma potência e que precisamos manter nossos olhos livres e abertos para vê-la:

Contudo é hora, se não me equivoco de dizê-lo claramente: Apenas podemos reinventar a crítica literária na era digital ao reconhecer que essas modalidades de crítica pertencem ao passado, respectivamente aos séculos XIX e XX – história da literatura e teoria da literatura. Hoje em dia, pelo contrário, o caráter decididamente marginal da literatura na transmissão dos valores culturais assegura os criadores, críticos e teóricos uma liberdade inédita, cujo aproveitamento exija a recusa de posições nostálgicas ou ressentidas. Ao mesmo tempo, tal liberdade talvez permita a valorização de um público crescente e que comparece às inúmeras feiras literárias que ocorrem e se multiplicam em todo país. Trata-se de fenômeno inédito na história cultural brasileira e devemos abandonar toda forma de elitismo, levando a sério a necessidade de dialogar com esse público. (ROCHA, 2014)

Neste sentido, no intuito de abandonar as lentes do passado para ler o presente, não tentaremos encaixar as resenhas do *booktube* a movimentos da crítica literária formal. Nosso desejo é introduzir um novo ângulo de análise da produção da comunidade ao aproximá-la ao estudo de cultura de fã.

Para ir além da *fanfiction* (ficções de fã), já bastante conhecida no campo da literatura como textos de continuação e suplementação de livros populares seguindo o gosto e a criatividade dos leitores, propomos a fancrítica, o fazer crítico que parte da leitura individual e entusiasmada, e que deseja comunicar e criar laços junto a comunidade na cultura participativa. Os críticos fãs, diferentemente dos escritores fãs, não se utilizam da criação de novas narrativas ficcionais para criar esses laços mas de suas análises de interpretação singular do texto e as pontes que conectam as histórias e as experiências de vida. É o entusiasta que critica o enredo e os personagens, pois os entende tão profundamente, por apreciá-los, que acaba adquirindo certa ‘propriedade’ sobre o assunto. Mesmo que tal crítica não seja pensada para definir o valor estético do texto frente à produção contemporânea, um ávido leitor de gênero saberia reconhecer qualidades e problemas em uma obra de seu nicho favorito.

94 Palestra disponível na íntegra em: <https://www.youtube.com/watch?v=VIM45k4s60k&index=5&t=425s&list=WL>. Acesso em: 14/01/19.

Em seu livro ‘Invasores de Texto: fãs e cultura participativa’, o autor Henry Jenkins aproxima o conhecimento complexo da teoria acadêmica à intimidade com o texto do leitor popular, entendendo o domínio do fã como um tipo de expertise:

A crítica e a teoria acadêmica baseiam-se em anos de instrução e num vocabulário profissional complexo que aparentemente impossibilita sua duplicação em um nível popular e não instruído. Porém, como sugere Bernard Sharratt (1980), o conhecimento íntimo e a habilidade cultural do leitor popular também promovem avaliação e interpretação crítica, o exercício de uma ‘competência’ popular que espelha curiosamente a mesma produção de conhecimento da qual se ocupa a academia. (...) Nos domínios da cultura popular, os fãs são verdadeiros *experts*; constituem uma elite educacional paralela, mesmo que não tenha reconhecimento oficial nem poder social. (JENKINS, 2015, p.100)

Em artigo sobre as *fanpages* no Facebook dedicada a escritores nacionais consagrados, a pesquisadora Sayonara Amaral de Oliveira avalia os novos modos de apropriação do literário pela cultura de fãs no mundo digital e apresenta na análise de Todorov, assim como João Cezar traz na ficção de Proust, a importância do leitor comum que procura nas obras os sentidos existenciais:

À revelia de críticos, professores, editores ou demais vozes autorizadas do campo, as atividades registradas em uma cultura de fãs, que faz da mídia digital o seu suporte, ocorrem num espaço simbólico que já não é mais controlado por especialistas na matéria e cujas coordenadas são agora fornecidas pelo público heterogêneo e disperso que frequenta a internet. (...)

Os fãs agem, assim, em conformidade com o que afirmou Tzvetan Todorov (2010), ao declarar que, na contramão de professores, críticos e escritores que dizem que “a literatura só fala de si mesma”, “o leitor comum continua a procurar nas obras que lê aquilo que pode dar sentido a sua existência”. Ainda de acordo com o autor, “se esse leitor não tivesse razão, a literatura estaria condenada a desaparecer num curto prazo” (Todorov, 2010, p.77, apud. Oliveira, 2018, p.63)

Deste modo, ao entendermos o lugar do leitor junto às teorias da recepção e valorizarmos seu conhecimento de leitor-fã no contexto dos estudos culturais e a mudança no eixo da tradição moderna, apresentamos a produção não só do *booktube*, como também de *blogs* e perfis de redes sociais que tratam da partilha de experiência de leitura como uma fancrítica. Uma crítica que, assim como a acadêmica, a jornalística e a ensaística, possui seus próprios objetivos e métodos, e surge de uma outra demanda.

Qualquer definição essencialista ou dogmática de crítica literária não leva em consideração o fato incontornável de que a crítica, antes do que uma teoria, é uma prática e, como todas as atividades humanas, desenvolve-se numa dinâmica

histórica de acordo com necessidades e demandas circunstanciais e contingentes. A crítica, como a própria literatura, não é, mas se faz. Quer dizer, a partir desse ponto de vista, a questão da crítica se apresenta não como uma problemática abstrata, uma busca obsessiva por definições últimas, baseada em disjuntivas teóricas, mas como uma série de práticas reais, com seus objetivos específicos. (AGUIAR; MAIA; ANDRADE, 2018, p.6)

Assim como procuramos atualizar as práticas da mediação de leitura para o ambiente digital e entender as relações entre a produção de resenhas e vídeo e o mercado editorial, apontamos para a discussão do lugar da crítica literária contemporânea nos novos espaços para o debate público de ideias. No próximo capítulo veremos exemplos práticos de como o *booktube* vem sendo reconhecido por instituições de cultura como uma ferramenta de incentivo à leitura e de promoção cultural.

5

Amador institucional: uma análise do Prêmio Instituto Pró-Livro e do Concurso Cultural #GoeTube

Conforme apresentado em capítulos anteriores, o fenômeno *booktube*, com seus códigos e seu alcance, tem se revelado como uma nova força na mediação de leitura e divulgação de livros. Por estar inserida na cultura de participação e se fortalecer pelo engajamento de produtores e leitores – em que a troca e o compartilhamento orgânico são comuns –, a comunidade vem chamando a atenção de instituições de promoção cultural e de fomento à leitura.

Ao longo da pesquisa, encontramos diversas iniciativas públicas e privadas que envolvem o uso da linguagem de cena e de discurso do *booktube* para criação de conteúdo ou que recorrem à rede de influência do grupo para impulsionar uma ação. Para além de uma estratégia eficaz de comunicação, entendemos o reconhecimento institucional da comunidade como uma chancela de suas práticas. Neste capítulo analisaremos dois desses casos: o Prêmio Instituto Pró-Livro 2018 e o concurso cultural #GoeTube.

5.1

Prêmio IPL- Retratos da Leitura

O Instituto Pró-Livro (IPL), organização sem fins lucrativos fundada em 2006, tem como missão “contribuir para transformar o Brasil em um país de leitores, promovendo ações de fomento à leitura e à difusão do livro”. Conhecido por organizar as pesquisas ‘Retratos da Leitura’ – atualmente em sua quarta edição – que faz o levantamento do comportamento leitor e os indicadores de leitura dos brasileiros, o instituto pretende com o Prêmio IPL “ampliar e consolidar sua atuação, reconhecida, especialmente, pela promoção da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil”.

Em sua terceira edição, no ano de 2018, o Prêmio IPL se apresentou em quatro categorias: cadeia produtiva do livro, mídia, organizações da sociedade civil e bibliotecas. Para concorrer ao prêmio, todos os candidatos necessitavam ser organizações de promoção de “ações de fomento à leitura e de acesso e difusão do livro”, incluindo neste rol as candidaturas que vão desde a indústria gráfica até projetos de clubes de leitura de empresas. Os canais de *booktube*, que não haviam

sido contemplados por nenhuma categoria em edições anteriores do prêmio, obtiveram em 2018 um grande destaque. Dentre os dez finalistas da categoria mídia, cinco eram canais de YouTube. São eles: ‘Ler Antes de Morrer’, ‘Livrada!’, ‘Fafa Conta’, ‘A cigarra e a Formiga’ e ‘Vá Ler um Livro’; sendo este último vencedor da categoria junto ao ‘Jornal Joca’ e a Revista ‘Quatro Cinco Um’.

Manuel da Costa Pinto (2018), jornalista da Folha de São Paulo e membro de comissão avaliadora do prêmio, ressaltou a qualidade do trabalho feito por estes canais, assim como a importância da linguagem adotada: “O que me surpreendeu foi que achamos uma quantidade grande de YouTubers de qualidade, além disso, todos os classificados fazem projetos que têm uma linguagem que é simultaneamente interessante para quem já é familiarizado com o tema e instigante e informativa para quem não é.”

O número expressivo de canais finalistas e a valorização do trabalho destes não-especialistas por um instituto quem tem como princípio orientador difundir e estimular novas iniciativas de promoção da leitura corrobora nosso entendimento do *booktube* enquanto mediador de leitura. Ao analisarmos o conteúdo produzido por Augusto Assis, profissional da área de marketing, e Tatiany Leite, jornalista, a dupla que compõe o premiado canal ‘Vá Ler um Livro’, percebemos a produção de conteúdos que misturam relatos de experiência de leitura e vídeos educativos, voltados para a preparação para vestibular e ENEM. Embora os vídeos sobre movimentos literários brasileiros e livros exigidos em vestibulares tenham o termo ‘aula’ em seus títulos, a linguagem adotada continua a ser a de um ‘amigo confiável’, que estudou sobre o assunto e que está ali para ajudar o outro a se preparar para uma prova, realçando tópicos importantes de teoria, mas sem fazer referência a estudos e publicações acadêmicas e mesclando o tom professoral com gírias e brincadeiras, no intuito de manter o espectador próximo ao deixar o conteúdo acessível.

Em resenha sobre ‘Memórias Póstumas de Brás Cubas’, de Machado de Assis, Tatiany abre o vídeo⁹⁵ lendo os primeiros parágrafos da obra e dizendo que o vídeo irá explicar o porquê deste livro ser considerado o primeiro do realismo brasileiro. Ao longo do vídeo, a *booktuber* apresenta a forma de publicação

95 Vídeo disponível em: <<https://youtu.be/IA6FlhqeZzg>>. Acesso em: 07/02/19.

originalmente em folhetim, o contexto da obra, questões sobre o tempo desfragmentado da narrativa e metalinguagem:

O livro todo é uma crítica à elite carioca da época. Por quê? Fazia um tempinho já que tinha rolado a independência do Brasil, a gente se diz que não é mais colônia, mas a gente ainda depende da Europa, a gente ainda se inspira na França. O Brás Cubas traz uma crítica à sociedade da época e isso não podia ter no romantismo, cê tá maluco? Vocês lembram que no romantismo há uma necessidade de trazer uma identidade brasileira, que há uma necessidade de criar um herói nacional e falar: ‘O Brasil é topíssimo, é da hora!’? (LEITE, 2016)

Notamos neste trecho a abordagem comparativa de dois movimentos literários de maneira pouco acadêmica e com uso de gírias. Há também o apelo ao espectador, ao perguntar ‘vocês lembram de...’ enquanto na plataforma aparece um link para o vídeo do canal sobre o romantismo, para caso o espectador não se lembre deste aspecto romântico e queira saber mais sobre o assunto. O vídeo, que conta com quase 55 mil visualizações e 150 comentários, se diferencia dos analisados em nosso segundo capítulo por ter um viés de leitura mais instrumental, por se tratar de requisito para vestibular, e menos fruitiva, como acontece na maioria dos vídeos da comunidade. Isto se dá pelo fato de o ‘Vá Ler um Livro’ pertencer na verdade a dois nichos diferentes, o *booktube* e o YoutubeEdu, que produz conteúdo educativo, normalmente realizado por professores, mas não necessariamente.

Em outro vídeo do canal, Augusto Assis comenta sobre sua leitura de ‘Extraordinário’⁹⁶, de R. J. Palácio. Por não se tratar de ‘leitura obrigatória’, a resenha recebe a abordagem impressionista comum aos vídeos da comunidade. Após falar sobre o principal ponto da história, Augusto – ou Guto, como é conhecido na internet – explica a estrutura do livro que se dá em pequenos capítulos contados por pontos de vista de diferentes personagens, e não só de August, o menino protagonista:

Ele tá vivendo uma série de conflitos internos, achando que ninguém é capaz de amá-lo, que ele não representa nada de bom pra ninguém. Quando a gente vê o lado dessas outras pessoas, a gente entende, tanto os conflitos que elas passam por estar juntos com o August, que é tratado como aberração, mas também o amor que eles sentem por esse menino, sabe? É uma questão muito reflexiva que faz a gente parar pra pensar. Inclusive, em vários momentos eu chorei (eu choro até vendo Master Chef, imagina lendo sobre um menino que é maltratado na escola?) (ASSIS, 2017)

96 Vídeo disponível em: <<https://youtu.be/OE6OjzMZatY>>. Acesso em: 08/02/19.

Tanto em vídeos focados em aulas quanto nos que priorizam as resenhas, o enquadramento é em plano americano e médio onde os emissores olham diretamente para a objetiva da câmera reforçando a ideia de conversa com o espectador. Os cenários variam entre a estante de livros da casa e fundos neutros ou digitais – em *chroma-key* – feitos em estúdios profissionais que tem parceria com o canal.



Figura 26- Cenários de Vá Ler um Livro

Em ambos os vídeos, os comentários são bastante afetivos e demonstram intimidade com o *booktuber*, com os personagens das obras e até mesmo com Machado de Assis (‘Machado rei maravilhoso!’ aparece como comentário de uma inscrita do canal). Esta intimidade, reforçada em outras redes sociais do canal através do ‘acesso aos bastidores’ comum aos produtores de conteúdo da plataforma, é vista como uma forma de alcançar o público que vê a literatura como algo difícil ou complicado e trazê-lo para perto, para tratar do tema como parte do cotidiano e forma de entretenimento. “A gente achava que estava parecendo mais difícil para as outras pessoas, que elas estavam complicando muito o que era literatura e que poderia ser muito mais divertido do que isso. Poderia atingir muito mais gente do que uma média de quatro livros por pessoa”, diz Augusto Assis em depoimento sobre o prêmio IPL⁹⁷. “Nossa função era desmistificar isso um pouquinho com os vídeos, o site, a *newsletter* (...) e tirar a literatura do pedestal em que ela costuma estar”, complementa Tatiany Leite.

Sobre a importância de receber o prêmio IPL, Tatiany diz que o reconhecimento do instituto é um como um aval para que continuem realizando o

97 Entrevista disponível em: <<http://plataforma.prolivro.org.br/depoimentos-dos-vencedores-da-categoria-midias/>>. Acesso em: 08/02/19

trabalho. Também ressalta a dificuldade de se produzir conteúdo neste nicho, e de ‘desfazer’ a má imagem da literatura que muitas vezes é formada nas escolas: “Acho que ganhar um prêmio como esse é um empurrão para que a gente não desista, por mais que às vezes seja complicado”. Já Augusto ressalta a chancela dada ao ‘modo de fazer *booktube*’ como parte de projeto maior de promoção da leitura no país: “No começo as pessoas falavam ‘tá, essas pessoas falando de livro na internet, será que vai dar certo?’, não só da gente como toda a comunidade *booktube*. Então receber esse prêmio hoje é um reconhecimento de que estamos todos juntos na luta para as pessoas lerem mais, e isso é incrível”.

É válido ressaltar que o canal ‘Ler Antes de Morrer’ também foi finalista do Prêmio Jabuti, na categoria ‘formação de novos leitores’, neste mesmo ano.⁹⁸ Em vídeo⁹⁹ gravado na plateia da entrega do prêmio, Isabella Lubrano, criadora do canal, ressalta a importância deste reconhecimento para a comunidade *booktube*, em um ano marcado por ‘ataques’ à qualidade de seus vídeos, de estar entre projetos meritórios de incentivo à leitura:

Eu não tenho pretensão de ganhar, mas a grande vitória é este reconhecimento de estar aqui com um dos finalistas da categoria ‘formação de novos leitores’. Além de mim outros nove projetos que incentivam a leitura foram indicados, e é uma enorme honra estar entre esse pessoal que já está batalhando há um tempão para divulgar o hábito de leitura. (LUBRANO, 2018)

Ao notar a aproximação entre o *booktube* e instituições de prestígio no campo da literatura, entendemos que o afastamento da comunidade do discurso de autoridade e de intelectualidade se dá muito mais como uma manifestação orgânica do relato que toma força dentro das novas dinâmicas das redes sociais, do que um rechaço a essas instituições. A distância entre esses dois saberes se encurta no momento de entrega de prêmio. A instituição reconhece o papel do mediador não especialista como parte dos preceitos de fomento à leitura, e o *booktuber*, que tem como principal motivação a troca de experiências de leituras entre seus pares, reconhece no prêmio uma outra força para dar continuidade ao trabalho. A profissionalização do amadorismo, já abraçada pelo mercado, recebe

98 Finalistas do Prêmio Jabuti 2018 disponível em: <<https://www.premiojabuti.com.br/finalistas-2018/?eixo=310301d0-832b-e811-a837-000d3ac085f9&categoria=f5331bf5-832b-e811-a837-000d3ac085f9>>. Acesso em 08/02/19

99 Vídeo disponível em: <<https://youtu.be/xArFq6CmCrE>>. Acesso em: 08/02/19.

sua chancela institucional frente à importância de sua linguagem acessível e potencial de engajamento do público.

Em nosso próximo caso de análise veremos como a aproximação entre instituição e *booktube* pode ir além da chancela e integrar uma ação de promoção da literatura alemã na América Latina.

5.2 Goetube

De iniciativa do Instituto Goethe, instituição internacional de promoção da cultura alemã, o concurso cultural #GoeTube uniu *booktubers* da América Latina para incentivar o público leitor a entrar em contato com a produção de literatura alemã contemporânea. Apresentado em duas etapas, o projeto teve início com a realização de um *workshop* para os *booktubers* escolhidos como embaixadores do concurso e seguiu com a seleção aberta para *booktubers* amadores. A premiação do concurso é uma viagem à Feira do Livro de Leipzig, na Alemanha. Em linhas gerais, a ação uniu produtores de conteúdo do Brasil, Venezuela, Bolívia e Alemanha para realizar um intercâmbio cultural entre estes, dialogar sobre os processos do mercado editorial dos países e como a comunidade *booktube* se insere neles, apresentar a literatura alemã em seu panorama histórico (e desconstruir alguns preconceitos sobre ela) e, por fim, divulgar a literatura alemã contemporânea ao público geral.

Almerinda Stenzel, diretora da biblioteca do Instituto Goethe Rio de Janeiro e idealizadora do projeto, revelou em conversa que o concurso #GoeTube foi inspirado em ação interna da biblioteca do Instituto Brasil Estados Unidos (IBEU). O concurso cultural IBEU Booktubers¹⁰⁰, atualmente em sua terceira edição, incentiva que os alunos do curso gravem resenhas em inglês de seus livros queridos (publicados em qualquer idioma) e enviem os vídeos à comissão avaliadora. Após a análise baseada nos critérios: qualidade da resenha; nível de inglês; identificação do livro e qualidade técnica, os vídeos classificados são publicados no canal de YouTube da instituição para então participarem de votação

100 Regulamento do concurso disponível em: <<http://portal.ibeu.org.br/ibeu-news/regulamento-ibeu-booktubers-2018/>>. Acesso em: 12/02/19.

popular¹⁰¹. O aluno que obtiver a maior pontuação, entre critérios técnicos e votação, recebe uma premiação.

A grande diferença estratégica entre estes dois concursos culturais seria o alcance de público. Enquanto o IBEU foca no incentivo à leitura e produção de conteúdo em inglês para seus alunos, o Instituto Goethe tem como objetivo a promoção da literatura alemã para o público que não frequenta seus cursos e suas bibliotecas. Desta maneira, como estratégia de divulgação de amplo alcance, foram realizadas parcerias com *booktubers* populares em seus países.

Através da empresa de consultoria em marketing editorial brasileira Coisa de Livreiro¹⁰² e do site de notícias literárias venezuelano Qué Leer¹⁰³, a organização do #GoeTube selecionou e entrou em contato com os *booktubers* que melhor apresentavam perfis para serem os promotores do concurso na comunidade latino-americana. Estes parceiros, ou embaixadores, foram responsáveis por promover o concurso em seus próprios canais e produzir resenhas para o canal criado exclusivamente para o projeto. Tais resenhas passaram a integrar a etapa de votação popular e os dois embaixadores (um brasileiro e um hispano-americano) com os vídeos mais ‘curtidos’ também foram premiados com uma viagem à Feira do Livro de Leipzig. Por se tratar de uma ação de parceria e não um contrato comercial entre as partes, a contrapartida oferecida a estes *booktubers* pela criação de tais vídeos foi a realização de *workshop* exclusivo aos embaixadores.

Reconhecendo a importância dos *booktubers* para a formação do público leitor contemporâneo, o Goethe-Institut uniu-se às instituições #coisadelivreiro e Qué Leer para promover uma oportunidade de networking e de aperfeiçoamento profissional para expoentes da rede. O encontro proporcionou ao grupo de brasileiros, bolivianos e venezuelanos a oportunidade também de se aprofundar na literatura alemã contemporânea.¹⁰⁴

Os *booktubers* brasileiros Isabella Lubrano, Pâmela Gonçalves, Gisele Eberspächer e Raphael Pinheiro; as venezuelanas Jhonny Rodriguez e Elizabeth Vivas; e as bolivianas Andrea Cuella e Thalia Toro participaram dos três dias de

101 Lista de vídeos classificados na edição do concurso Booktube Ibeu em 2018 disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=74e8INWTJHI&index=1&list=PL1_mw4XFz54b2UKu0OgNiwp0yO0f947QA. Acesso em: 12/02/19.

102 Disponível em: <https://coisadelivreiro.com.br/>.

103 Disponível em: <https://queleerlibros.com/>.

104 Trecho retirado da página do concurso. Disponível em: <https://www.goethe.de/ins/br/pt/kul/sup/goe/tal.html>. Acesso em: 12/02/19.

evento realizado na sede do Goethe-Institut no Rio de Janeiro. A programação contou com três eixos temáticos, sendo eles: a partilha de experiências dos participantes, com a participação da *booktuber* alemã Ilke Sayan; os processos do mercado editorial, com a participação do fundador da agência Coisa de Livreiro, Bruno Mendes; e a literatura alemã contemporânea facilitada pelo escritor e tradutor Marcelo Backes. Para Almerinda Stenzel, este último eixo foi de extrema importância para desconstruir o conceito de literatura difícil, dura e hermética que rodeia as publicações de língua alemã. Como o intuito de aproximar esta literatura ao leitor comum, foi indispensável a apresentação das diversas faces do mercado editorial alemão para que os *booktubers* se sentissem mais confortáveis e entusiasmados para gravar suas resenhas.



Figura 27- *Workshop* com embaixadores do concurso cultural GoeTube

Em vídeo¹⁰⁵ publicado logo após o *workshop*, Pâmela Gonçalves relata a importância de ter sido convidada para participar do projeto e enfatiza o reconhecimento por seu trabalho como integrante da jornada do leitor (que de acordo com a *booktuber* vai do incentivo à leitura e curadoria de conteúdo) como algo que vai além do papel de um influenciador digital comum:

Pela primeira vez eu senti que fui reconhecida pelo meu trabalho (como *booktuber*) com seriedade. Eu já fui convidada para falar em outros eventos, mas sempre senti que era mais por trabalho momentâneo, eu não era realmente levada a sério como

105 Disponível em <<https://youtu.be/ddMfqJ65eI0>>. Acesso em: 13/02/19.

algo importante para uma jornada, ou algo importante para o mercado com futuro, sabe? Eu sempre senti que eles estavam na onda ‘desse negócio do youtube’ de ‘pessoas influentes na internet’, mas que o trabalho que eu faço hoje em dia não era visto com responsabilidade. Então pela primeira vez eu me senti reconhecida sendo importante, fazendo parte de algo maior. E essa instituição tão importante quanto o Instituto Goethe viu que a gente poderia ajudar de alguma forma a compartilhar a cultura alemã e a difundir a literatura alemã. (GONÇALVES, 2018)

Vemos neste relato de Pâmela situação parecida com a da entrega do prêmio IPL ao canal ‘Vá Ler um Livro’. O *booktuber* sendo reconhecido por uma instituição de cultura enquanto agente de promoção de leitura com seus próprios códigos, em seu próprio território, porém, com grande potencial para alcançar o público que não circula nos espaços tradicionais desse campo. Enquanto a idealizadora do evento vê no *booktube* uma plataforma para despertar o olhar de quem não conhece ou até mesmo tem medo (como vimos no tópico sobre mediação) da literatura alemã, a produtora de conteúdo revela a satisfação de ter seu trabalho reconhecido como algo impactante e ‘responsável’, que vai além do impacto em números de visualizações ou popularidade vazia de um influenciador digital:

Eu já fiquei tão feliz de eles entenderem o quanto a gente tem responsabilidade e que a gente pode trabalhar junto com um objetivo que envolve cultura e que nós não somos pessoas que estão só perdendo tempo na internet, mas que a gente faz algo importante para toda essa jornada e para todo esse mercado. Eu voltei muito empolgada pelo fato de finalmente ter sido reconhecida. Eu posso ter participado de outras coisas, podem ter feito matérias sobre mim e ter falado de números... mas não são números, não são visualizações, mas é o impacto real que a gente tem. (GONÇALVES, 2018)

Após o *workshop*, deu-se início a segunda etapa do projeto: o concurso cultural. Todos os participantes do #GoeTube, tanto os embaixadores quanto o público geral, poderiam escolher suas leituras para resenhar dentre as doze obras alemãs preestabelecidas¹⁰⁶ pela organização da ação, sendo sete obras de ficção adulta, três de ficção juvenil e duas histórias em quadrinhos. Todos os textos escolhidos com suas traduções para português e espanhol já publicadas.

Cada embaixador produziu duas resenhas e teve seus vídeos publicados diretamente no canal do concurso, enquanto os participantes gerais enviavam seus vídeos à comissão avaliadora do concurso para, então, os seis vídeos melhores avaliados serem publicados no endereço #Goetube. De acordo com o regulamento

106 Obras selecionadas disponíveis em: <<https://www.goethe.de/ins/br/pt/kul/sup/goe/lib.html>>. Acesso em: 13/02/19.

do concurso¹⁰⁷, os critérios de seleção destes vídeos foram: “o resultado da pesquisa do participante sobre a obra em questão e seu autor, a criatividade na produção, clareza de expressão nas opiniões quanto à leitura da obra em si e caráter agregador do conteúdo”. Em segundo momento, todos os vídeos concorreram por votação popular e os dois embaixadores (um brasileiro e um hispano-americano) e os dois concorrentes gerais (um brasileiro e um hispano-americano) com a maior quantidade de curtidas ganharam a viagem à Feira do Livro de Leipzig.

The screenshot displays the GoeTube YouTube channel interface. At the top, there are navigation tabs: INÍCIO, VÍDEOS, PLAYLISTS, COMUNIDADE, CANAIS, and SOB. Below the tabs, there are two sections of video thumbnails with their respective titles and channel information.

Vencedores do Concurso Popular | Ganadores del Concurso ▶ REPRODUZIR TODOS

Thumbnail	Title	Channel	Views	Time
	Um Guarda-Chuva para o Dia de Hoje - Wilhelm Genazino ...	GoeTube	5,4 mil visualizações • 2 meses atrás	5:57
	Momo - Michael Ende Por Laly Arce #GoeTube	GoeTube	6,5 mil visualizações • 2 meses atrás	6:42

Vencedores do Concurso dos Embaixadores / Ganadores del ▶ REPRODUZIR TODOS

Thumbnail	Title	Channel	Views	Time
	"Tannöd" - de Andrea Maria Schenkel Pam Gonçalves - ...	GoeTube		5:37
	"Le llamé Corbata" - Milena Michiko Flasar Por Elizabe...	GoeTube		6:36
	"O Jogo da Morte" - Ursula Poznanski Pam Gonçalves...	GoeTube		6:03

Figura 28- Ganhadoras do concurso cultural GoeTube

Ao longo do concurso, 76 participantes enviaram seus vídeos e o canal #GoeTube contou com mais de 70 mil visualizações e mil e quinhentos inscritos. Os números foram um pouco abaixo do esperado pela idealizadora, mas frente à dificuldade técnica na produção de vídeos e o fato de obras alemãs não serem tão

107 Regulamento do concurso cultural Goetube disponível em:

<<https://www.goethe.de/ins/br/pt/kul/sup/goe/reg.html>>. Acesso em: 13/02/19.

acessíveis para compra ou empréstimo em bibliotecas públicas da América Latina, o instituto avaliou positivamente a execução do projeto. Há a intenção de dar continuidade ao canal #Goetube, como um espaço para divulgação de resenhas de leitores de literatura alemã. Os vencedores irão participar da Feira do Livro de Leipzig entre os dias 20 e 24 de Março de 2019, sendo que os dois embaixadores também participarão de uma mesa de debates sobre o trabalho dos *booktubers* durante o evento.

Independentemente dos números alcançados com o concurso, esta ação se mostra importante para reafirmar o amadurecimento da comunidade e o reconhecimento de suas práticas consolidadas. A divulgação do concurso¹⁰⁸ que pede para que os participantes gravem seus vídeos ‘no estilo *booktube*’ indica a existência de um formato próprio e válido. Assim como os critérios de avaliação dos vídeos, notoriamente diferenciados dos critérios de avaliação de uma resenha acadêmica ou jornalística, demonstram que a versão amadora, afetiva e pessoal de compartilhar os relatos de leitura na internet tem espaço para ser reconhecida e avaliada frente a novos valores.

108 Texto do vídeo instrui os participantes: “Grave um vídeo com uma resenha sobre um dos livros. Lembre-se, você precisa interagir com a câmera e com o público, assim como os *booktubers* fazem.” Disponível em: <<https://youtu.be/SC93uFq6qhs>>. Acesso em 19/02/19.

6 Considerações Finais

Por se tratar de fenômeno ainda recente em nossa história, este trabalho não almeja apresentar uma visão conclusiva sobre a comunidade *booktube*, mas sim analisar comportamentos e produção de conteúdo e contextualizá-los nos eixos temáticos de mediação de leitura, mercado editorial e crítica literária.

Percebemos que ‘falar sobre suas leituras na internet’ faz parte de uma cultura participativa que tomou força com a surgimento da web 2.0 e que vai ao encontro da valorização do relato enquanto informação e da experiência enquanto forma de consumo de um bem (cultural ou não). A hiperexposição da intimidade nas redes sociais também integra o cenário que compõe o crescimento dos *youtubers* enquanto influenciadores e agentes de mercado. O íntimo performado nas redes é ao mesmo tempo um sintoma da subjetividade alterdirigida do homem contemporâneo, que precisa da confirmação externa para construir sua personalidade, em uma roupagem digital e quantificável do narcisismo, e uma demanda das novas audiências por espontaneidade e proximidade do produtor de conteúdo.

O espectador comum, que antes via nas grandes estrelas do cinema e da televisão figuras inalcançáveis, procura na internet o avesso da cena, se interessa pelo banal, pelo cotidiano, pelo ponto onde aquela figura quase mítica se aproxima de sua mortalidade. Por outro lado, estrelas da internet surgem justamente por se apresentarem tão próximas e acessíveis que são catapultadas a categoria de ídolos.

Os *booktubers* são então apenas um dos nichos de ‘pessoas comuns’ que se destacam por compartilharem atividades comuns entre sua audiência comum na internet. O que diferencia a comunidade analisada de outros nichos como os de ‘vida saudável’ ou ‘moda e beleza’ é que esta se mantém em crescimento apostando na dinâmica de trocas e influência mútua. Enquanto percebemos em outros grupos a linguagem horizontalizada, a espontaneidade e a intimidade como (de modo semelhante ao *booktube*) conceitos valorizados, o crescimento nestes se dá com o engajamento da audiência via curtidas e comentários que tem um fim em si mesmo. Em nosso campo de estudo, tanto quem produz as resenhas quanto

quem as consome deseja partilhar as experiências de leitura na intenção de, em conjunto, construir algo maior.

Os produtores de conteúdo de *booktube* têm como motivação para a manutenção de suas redes, o desejo de compartilhar com seus pares leitores as suas experiências de leitura e de criar um espaço para diálogo. O discurso é horizontalizado e tanto o *booktuber* quanto o inscrito têm voz na hora de opinar sobre a leitura realizada. Através das discussões na caixa de comentários, em vídeos resposta ou em interações via Twitter, Instagram e Facebook é que a intenção do vídeo se completa.

O discurso horizontalizado e não especializado é peça-chave para a compreensão do funcionamento exitoso do objeto. Ponto que perpassa os três eixos de análise – mediação, mercado e crítica –, surge como diferencial para alcançar o público leitor interessado na dinâmica das redes sociais. Notamos que o afastamento do discurso de autoridade, comum ao momento contemporâneo, não significa uma recusa a ele, mas sim uma irrelevância de suas balizas para o funcionamento da comunidade. A formação acadêmica do *booktuber* não é levada em consideração por seus inscritos quando para lhe conferir autoridade na resenha de um livro querido.

O relato de leitura amador não deseja tomar o espaço do especialista ou se sobrepor a ele, este se apresenta como uma opção que corre em paralelo para os que almejam a leitura prazerosa ou de fruição e que pouco se importam com seu uso instrumental. Notamos na análise de casos o reconhecimento do *booktube* como uma outra forma de se comunicar com o público leitor, potente muito mais por permitir a convergência com estratégias anteriores de mercado, crítica e incentivo à leitura do que pela luta pelo espaço e pela atenção desse público. A receptividade dos canais que obtiveram uma ‘chancela’ institucional (via prêmio IPL, Jabuti e Goetube) mostra que estes não pretendem criar conflito com os espaços tradicionais do campo literário, e sim querem alcançar os leitores, cada um a sua forma.

A profissionalização do amadorismo apresentada como ferramenta de mercado também reforça o caráter espontâneo e íntimo do discurso. A influência de um ‘amigo confiável’, como diz o fundador do Facebook, é muito mais poderosa do que a publicidade empresarial que tem como única função realizar a venda. Profissionais de marketing na área editorial têm utilizado o *booktube* como

veículo para divulgação de livros e os resultados destas ações promocionais têm se mostrado benéficos tanto à editora quanto ao produtor de conteúdo. Embora ainda haja ressalvas de espectadores quanto a autenticidade da opinião em resenhas pagas, a análise de comentários do público a estes vídeos demonstra que a recepção deste tipo de conteúdo é, em geral, positiva. O *booktuber* é um influenciador digital que pode alavancar vendas de livros, de serviços e promover a popularização de títulos e gêneros dentro da cultura de fã.

Um cuidado que é preciso ter ao abordar o crescimento e amadurecimento da cultura amadora na internet é indicar o perigo que a falta de compromisso com os saberes constituídos pode representar. Por ter como objeto o *booktube*, não se fez necessário tratar das armadilhas do amadorismo na rede ao longo da pesquisa, mas é impossível ignorar o contexto político brasileiro e a influência de *youtubers* conspiracionistas que recusam qualquer sombra de intelectualidade. A horda seguidora de figuras populares na internet autoproclamadas filósofas e historiadoras tem tomado o leme de importantes decisões políticas que podem causar danos irreparáveis a nossa história. Por estar inserido na mesma cultura amadora que idolatra quem não tem o menor compromisso com a ciência e a verdade, faz-se importante pontuar que, ao longo da pesquisa, não foi detectado no *booktube* comportamento de manipulação de opinião pública ou ataque a estudos de teoria literária. Em todo caso, é válida a ressalva de que é preciso ter sempre uma visão crítica quanto ao ‘amadorismo profissional’ já que esse padrão de esvaziamento científico vem se tornando praxe em outros campos de saber.

Ao que cabe ao objeto, o discurso amador se aproxima ao dos círculos de leitura, onde leitores interessados trocam suas experiências com a obra no intuito de expandir suas interpretações e problematizar situações contidas no texto. Deste modo, o *booktube* se apresenta como ferramenta contemporânea para aplicação de projetos de incentivo à leitura e promoção de cultura. A função de mediador de leitura se faz clara ao notar as pontes criadas entre os livros e os leitores promovidas pelos *booktubers*. Ao não se colocarem em lugar de autoridade, estes pavimentam caminhos que geram e alimentam os interesse dos (potenciais) leitores em ir ao encontro das obras. A noção de pertencimento a uma comunidade também move o interesse do leitor, pois este deseja estar a par das conversas e discussões sobre obras lidas pelo grupo.

No que compete à crítica literária, notamos que a comunidade, embora não se interesse por, não recusa a crítica literária acadêmica; se aproxima em diversos pontos da resenha do jornalismo cultural, embora também não deseje competir com esta, pois acredita ter na internet seu próprio espaço e seus próprios códigos; e ainda se apresenta como um novo formato de crítica, proposto de maneira inicial na pesquisa, como um produto da cultura de fã que se aproxima da *fanfiction*, no sentido de desejar estender a experiência com o texto e produzir novos sentidos junto a uma comunidade.

O *booktube* mostrou ao longo da pesquisa um amadurecimento em seus códigos de produção e de recepção, estabelecendo condutas éticas em relações comerciais, níveis de exigência técnica, padronização de enquadramento e cenário e organização do conteúdo, tanto na estrutura de resenhas quanto na categorização dos tipos de vídeos. Neste período também aumentou o reconhecimento de instituições ligadas ao mercado do livro e a promoção da leitura.

Embora tenha ocorrido mudanças drásticas no funcionamento da plataforma YouTube, e que talvez alterem alguns aspectos do *booktube*, ou até mesmo faça que a comunidade migre para outra plataforma mais amigável para seu funcionamento, o desejo de compartilhar experiências de leitura entre pares ainda se apresenta como forte tendência de comportamento entre leitores nativos digitais. O clube de leitura dos cafés, livrarias e salas de estar que hoje habita o território virtual ainda tem um longo caminho a percorrer no universo de bytes, bits e bots.

7 Referências bibliográficas

AGUIAR, Cristiano. A crítica literária na internet: literatura contemporânea brasileira e valores literários nas críticas de booktubers. In: ABRALIC, 2017, **Anais**. Disponível em: <http://www.abralic.org.br/anais/arquivos/2017_1522165516.pdf>.

AGUIAR; MAIA; ANDRADE. A marca da pluralidade no debate crítico contemporâneo In: A crítica literária contemporânea e seu lugar no debate público de ideias. In: ABRALIC, 2018, **Anais**. Disponível em: <<http://www.abralic.org.br/downloads/e-books/e-book02.pdf>>. Acesso em: 03/02/19

ALMEIDA, Fernando. Concept and Dimensions of Web 4.0. **International Journal of Computers & Technology**, 2017. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/321366810_Concept_and_Dimensions_of_Web_40>. Acesso em: 04/01/19

ALMEIDA, Victor. **Sou pago para falar bem de livros?**. 2018. Disponível em: <<https://youtu.be/DYlXjiOpcts>>. Acesso em: 15/01/19.

ALMEIDA, Victor. **O que capitães da arca fez com meu emocional**. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qF1UuYxbGFk&t=127s>>. Acesso em: 12/12/18.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa: do mercado de massa ao mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ASSIS, Augusto. **Extraordinário I Vale a pena ler o livro? – Resenha**. 2017. Disponível em: <<https://youtu.be/OE6OjzMZatY>>. Acesso em: 08/02/19.

BARTHES, R. **O prazer do texto**. São Paulo: Editora Perspectiva. SP, 1999.

BENJAMIN, Walter. O autor como produtor. In: **Obras escolhidas I: Magia e técnica, arte e política**. 10. ed. Tradução: Sérgio Paulo Rouanet, São Paulo: Brasiliense, 1996.

BOJUNGA, Lygia. **Paisagem**. 4. ed. Rio de Janeiro: Agir, 2002.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. Tradução: Ricardo Giassetti, São Paulo: Aleph, 2009.

CANDIDO, Antonio. Crítica Impressionista In: **Remate de Males**, número especial, Campinas, SP: Unicamp, 1999.

CÂNFORA, Luciano. **A biblioteca desaparecida: histórias da biblioteca de Alexandria**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CASARIN, R. Mercado literário: Os booktubers vão substituir os críticos especializados? **Uol Entretenimento**. 2015. Disponível em: <<http://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2015/08/15/mercado-literario-osbooktubers-vaio-substituir-os-criticos-especializados.htm>>. Acesso em: 18 jan. 2019.

CECCANTINI, J. L. Leitores iniciantes e comportamento perene de leitura. In: SANTOS, F. dos; MARQUES NETO, J. C.; RÖSING, T. M. K. (Org.). **Mediação de leitura: discussões e alternativas para a formação de leitores**. São Paulo: Global, 2009, p. 207-231.

CHARTIER, Roger. **A Aventura do Livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Fundação Editora UNESP, 1998.

COSTA PINTO, Manuel. Prêmio IPL 2018: finalistas da categoria Mídias 2018. **Plataforma Pró-Livro**. Disponível em: <<http://plataforma.prolivro.org.br/premio-ipl-2018-finalistas-da-categoria-midias/>>. Acesso em: 04/02/19

FELTRIN, Tatiana. **Afinal, quem tem cacife para falar de Literatura**. 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YrOGE_DVJHM>. Acesso em: 01/02/2019.

_____. Setembro: mês de aniversário. **Tiny Little Things**. Disponível em: <<http://www.tatianafeltrin.com/2012/09/>>. Acesso em: 08/11/18

FERRAZ, Mellory. **O Quarto de Jacob #LendoVirginiaWoolf (#3)**. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7Hd_Nd6oCIU>. Acesso em: 12/12/18.

_____. **Como os booktubers ganham**. 2017. Disponível em: <<https://youtu.be/bhU6FVwG7mg>>. Acesso em: 15/01/19.

_____. **Praia de Manhattan, o romance histórico de Jennifer Egan**. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=IfIx1r4Fp9A>>. Acesso em: 18/01/19

FIGUEIREDO, Vera F. 'O mal-estar da crítica: diluição das esferas de competência e estéticas de uso. In: OLINTO, **Literatura e Artes na Crítica Contemporânea**, RJ: Editora PUC-Rio, 2016.

_____. **Narrativas Migrantes literatura, roteiro e cinema**. Rio de Janeiro: PUC-Rio: 7 Letras, 2010.

GERMANO, Caroline **Nordeste, fantasia e a Maga Josefa**. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=WXEXdfWc5zc>>. Acesso em: 21/12/18.

GOETUBE. **Goetube**. 2018. Disponível em: <<https://youtu.be/SC93uFq6qhs>>. Acesso em 19/02/19.

GONÇALVES, Pâmela. **A 1ª vez que meu trabalho como booktuber foi reconhecido de verdade**. 2018. Disponível em <<https://youtu.be/ddMfqJ65eI0>>. Acesso em: 13/02/19.

JEFFMAN, Tauana Mariana Weinberg. **Booktubers: performances e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade booktube**. Porto Alegre. 2017. Tese (Doutorado em Ciência da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

_____. Literatura compartilhada: uma análise da cultura participativa, consumo e conexões nos booktubers. **Revista Brasileira de História da Mídia**. V4, n.2, jul-dez 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. **Invasores do texto: fãs e cultura participativa**. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2015.

LAMEIRA, Daniel. O ponto cego do mercado editorial. **PublishNews**. 2018. Disponível em: <<https://www.publishnews.com.br/materias/2018/11/26/o-ponto-cego-do-mercado-editorial>>. Acesso em: 15/01/19.

LEITE, Juliana. **Leitores Eloquentes: os booktubers e as novas práticas de leitura amadora na internet**. Rio de Janeiro. 2017. Dissertação (Mestrado em Letras) - UERJ.

LEITE, Tatiany. **Resenha + resumo: memórias póstumas de Brás Cubas Fuvest 2019**. 2016. Disponível em: <<https://youtu.be/IA6FIhqeZzg>>. Acesso em: 07/02/19.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**. Ensaios sobre a sociedade do hiperconsumo. Lisboa: Edições 70, 2010.

Lubrano, Isabella. **Lolita, de Vladimir Nabokov (#177)**. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UtbFgG5IAPU>>. Acesso em: 30/01/19.

_____. **Fui finalista do prêmio Jabuti 2018!**. 2018. Disponível em: <<https://youtu.be/xArFq6CmCrE>>. Acesso em: 08/02/19.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MIRANDA, Bruna. **Céu sem estrelas – resenha**. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=L9fIK_6VqHk>. Acesso em: 10/11/18.

MURANO, Cauê. Booktubers são os novos críticos literários jabazeiros ou só youtubers que falam de livros?. **G1**. 2018. Disponível em <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2018/10/01/booktubers-sao-os-novos-criticos-literarios-jabazeiros-ou-so-youtubers-que-falam-de-livros.ghtml>>. Acesso em: 15/01/19.

OLINTO, Heidrun Krieger. **Leitores e Leitura**. Rio de Janeiro: Proler, 1995.

OLIVEIRA, Sayonara. Clarice Lispector curtiu uma publicação em que você foi marcado: leitores-fãs e a transfiguração do literário. 2018. In: ABRALIC, 2018. Disponível em <http://abralic.org.br/downloads/e-books/e-book09.pdf>

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos**. 2 ed. Campinas: Pontes, 2000.

PETIT, Michèle. **A leitura e os jovens: uma nova perspectiva**. São Paulo: Editora 34, 2009.

PIRES, Paulo. A impostura booktuber. **Época**. 2018. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/paulo-roberto-pires/a-impostura-booktuber-23004427>>. Acesso em: 10/01/19.

PROUST, Marcel. Em busca do tempo perdido. Volume I. **No caminho de Swann**. Tradução de Mário Quintana. São Paulo: Editora Globo, 2011, p. 118-119.

RATZ, Paulo. **Os 10 livros mais vendidos pelo meu link da Amazon em 2018!**. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=x0MglaMh8Cw>>. Acesso em: 20/01/19.

RESENDE, Beatriz 'O mal-estar da crítica: diluição das esferas de competência e estéticas de uso. In: OLINTO, (org.) **Literatura e Artes na Crítica Contemporânea** RJ: Editora PUC-Rio, 2016.

ROCHA, João Cezar. **1º Ciclo | Caminhos da crítica: A crítica literária e seus descontentes**. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VIM45k4s60k&index=5&t=425s&list=WL>>. Acesso em: 14/01/19.

RODRIGUES, Isabel. **Chegou a hora de falar sobre Lolita (Vladimir Nabokov)**. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0646Yr9hrDg>>. Acesso em: 17/11/18.

SIBILIA, Paula. Autenticidade e Performance: a construção de si como objeto visível. **Revista Fronteiras - Estudos midiáticos**, vol.17. n.3, 2015.

_____. **O Show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro. **Contraponto**, 2ed., 2016.

SILVESTRE, Camila Marins. **Um mercado de visibilidade e cifrões: Influenciadores Digitais e Empreendedorismo de si**. Niterói, 2018. Dissertação (Mestrado) UFF.

THOMPSON, John B. **Mercadores de Cultura: o mercado editorial do século XXI**. 2 ed. São Paulo: Editora UNESP, 2013.

TOMAZ, R. **O que você vai ser antes de crescer: Youtubers, Infância e Celebridade**. Rio de Janeiro, 2017. 232 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro.

TRAVANCAS, Isabel. **O Livro no Jornal: Os Suplementos Literários dos Jornais Franceses e Brasileiros nos anos 90**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001

VALADARES, Verônica. [Vídeo-resposta] **Afinal, quem tem cacife pra falar de Literatura?**. 2013. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=rC3IhliC6yc>>. Acesso em: 01/02/19.

YUNES, Eliana. Leituras compartilhadas, leitores multiplicados. **Percursos Linguísticos**. 2014. Disponível em:
<<http://www.publicacoes.ufes.br/percursos/article/download/6239/5552>>.

YUNES, Eliana. Pelo avesso: o leitor e a leitura. **Revista Letras**. v.44, 1995. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/letras/article/view/19078>>. Acesso em: 14/11/18

YUNES. Eliana (org.). **Pensar a Leitura: Complexidades**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

ANEXO

Transcrição dos vídeos analisados no Capítulo 2.

Victor Almeida- Capitães de Areia

Disponível em: <https://youtu.be/qF1UuYxbGfk>.

Oi! gente, eu li um livro que acabou com a minha vida, que desgraçou com o meu coração, que partiu em 500 mil pedaços. Eu não podia não fazer um vídeo exclusivamente só sobre ele porque é muita coisa que eu quero falar e é ‘capitães da areia’, de jorge amado. Eu já estava atrasadíssimo nesse bonde, porque não fui inclusive avaliar esse livro depois no Skoob e no Goodreads, eu vi que muitos amigos já tinham lido, tipo muitos mesmo, porque é desses livros clássicos que a gente tem que ler na escola, que a gente tem que ler pro vestibular. Como nessa época eu não estava muito atento, está cagando para estudos, eu não tava lendo os livros que tinha que ler pra fazer as provas e tudo mais, nunca li, sempre ficou pra lá, e agora eu tive a oportunidade de pegar pra ler e meu deus do céu o que foi isso?

Capitães da Areia vai contar sobre um grupo de meninos que eles são abandonados, a grande maioria deles órfão de pai e mãe, então eles não têm onde ficar, não tem onde morar, não tem como comer. E eles resolvem se juntar e criar esse grupo então chamado Capitães de Areia. Eles moram e dormem ali no trapiche. Eles vivem basicamente do furto, então a vida deles diária é tentar conseguir dinheiro e comida e também de pequenos trabalhos que eles fazem para outras pessoas que contratam eles ali na surdina. A grande maioria deles têm entre tipo 13 e 15 anos e a gente vai acompanhar durante a leitura desse livro a história desses garotos, o dia a dia deles, as coisas que eles têm que passar. E claro que em cima disso tem uma mensagem muito grandiosa e... Ah! Gente, esse livro aqui foi uma experiência única e foi uma reflexão muito fora do sério porque foram coisas assim que ficaram impregnadas na minha cabeça. Logo de cara quando a gente começa a história a gente vê que a escrita do livro é um pouquinho densa, você precisa ali prestar atenção. Ele tem algumas gírias da região, e da época, ali da Bahia. Então a gente tem que se acostumar um pouquinho com isso, aprender como é que os personagens conversam entre si, porque é bem diferente do que a gente está acostumado. E gente, esse livro é extremamente atmosférico, assim, você consegue imaginar muito ali o lugar onde eles moram. Tudo o que eles passam ali são coisas reais, são coisas vívidas, você se sente parte do grupo dos Capitães da Areia... Sem contar que eu tive conexão imediata com absolutamente todos os personagens, eu via o personagem, ele falou uma coisinha ali e eu já estava conectado, já estava amando ele 100%. Eu fiquei apaixonado em como todos eles tem motivações muito fortes, cada um tem uma motivação diferente do outro, são bem distintas.

O Sem-Pernas, por exemplo, que é um dos personagens aqui, ele é um garoto que manca de uma perna, e não só ele como a grande maioria das crianças- só que a gente vendo pela perspectiva dele- que ele é uma pessoa muito carente de carinho, assim, de afeto, carente de uma mãe, de um amor, de um abraço. Toda essa dor de ele ser abandonado, essa dor de não ter pais é transposta toda em raiva. Isso justifica as coisas que ele faz. Isso parte o seu coração porque você vê que ele só

quer ser amado, ele só quer ser uma criança comum, ele só quer andar no carrossel, sabe? Deixa o menino andar no carrossel, deixa ele ser feliz.

O livro vai descrevendo essas coisas e, gente, te pega de um jeito, sério! Em muitos momentos ele faz a gente pensar em como a gente não dá valor as coisas mais simples da nossa vida.

A gente tem o Pedro Bala que é o chefe dos Capitães da Areia, e ele quer muito ser igual ao pai dele, porque o pai dele foi um líder de greve, lutou pelo direito dos pobres e infelizmente ele foi morto por causa disso, mas ele tem muito orgulho do pai, ele quer muito ser essa pessoa que o pai foi.

Então a gente vai vendo que essas crianças, apesar de serem tratadas como bandidos, na verdade elas só são crianças que estão querendo reconhecimento, que estão querendo um pouco mais na vida, e por causa de tudo o que aconteceu, eles tiveram que abrir mão da infância, eles tiveram que crescer muito rápido. Ali eles têm entre 13 e 15 anos mas a grande maioria já fala sobre sexo, já pratica sexo, muitos deles já fumam também então, sabe, eles são amadurecidos antes da hora.

Tem até uma cena muito impactantes que, o Pedro Bala, por causa desse ódio dele, ele acaba estuprando uma menina, ali no calor do momento ele ta sentindo esse desejo, ele estupra a menina, mas ele claramente se arrepende logo em seguida e cai uma tristeza tão profunda assim sobre ele, um ódio dele mesmo por ter feito isso. E, cara, o sentimento que eu tinha era muito forte, era muito um negócio do tipo: “O quê que eu posso fazer, sabe? Me deixa fazer algo por você.” E isso é como todos os personagens, porque todos eles são maravilhosos, e todos eles têm a sua própria carga e você ama todos, simplesmente.

Eu gostei muito como os capitães da Areia são meio que um organismo assim, sabe? Apesar de eles terem muito apreço pela liberdade, eles são muito fieis uns aos outros, eles são muito honrados entre si. Tem até uma frase que eu anotei aqui que eu gostei muito e que acho que transpõe muito bem isso que eu quero dizer, ele fala assim: “Quando se é amigo, se serve ao amigo.” Então, saca? A gente vai vendo que eles não são oportunistas, que eles estão fazendo as coisas, que eles estão roubando de outras pessoas simplesmente pela necessidade e não pela maldade. Tem até um momento, eu não lembro agora qual personagem que foi, mas um certo personagem recusa dinheiro de agradecimento de uma garçonete porque ele sabe que a garçonete precisa daquele dinheiro mais do que ele precisa no momento. Então ele podia se aproveitar dela, podia roubar o dinheiro dela, além do que ela estava oferecendo, mas ele não é oportunista ele entende muito bem as coisas.

E durante a leitura a gente vai vendo essa crítica, não só aos burgueses, mas as pessoas, a sociedade e até nós assim, é uma crítica muito a nós mesmo. Como a gente vê os moradores de rua, ou como a gente vê as pessoas que não tem oportunidades, os pobres, as crianças abandonadas? Muitas vezes é uma coisa muito imediata, a gente faz assim “ah, é morador de rua, é bandido.”. Mas o livro te faz pensar no que tornou ela assim, o que no passado fez com que ela tomasse essas atitudes? O que está faltando para aquela pessoa, sabe? O que dói dentro do peito dela? Toda vez que ela vai dormir, o que faz ela chorar?

A gente simplesmente pensa naquilo que a gente vê, mas a gente não vê todo um passado por trás, a gente não vê todas as coisas que aquela pessoa ta sofrendo, toda dor que corrompe ela e traz esse ódio à tona, sabe?

Tem até a cena de um dos meninos, que é chamado de professor e que tem o dom de desenhar e faz caricaturas e retratos das pessoas nas ruas para ganhar dinheiro, aí ele vê um burguês que está de terno, todo chique, ele resolve desenhar esse

burguês e chama ele para ver depois: ‘olha só o desenho que eu fiz de você’ e o cara simplesmente vê um desenho e fica muito estressado e vai lá e mete um pontapé na cara do professor. Ele fica muito desolado, ele fica muito triste porque, ele até diz, tipo ‘eu só queria agradar ele, sabe? Eu só queria mostrar o desenho que eu fiz e quem sabe, através disso ele não me desse um dinheirinho, uns trocados...’ E ele fica se questionando ‘por que as pessoas odeiam a gente? Por que a gente merece tanta brutalidade assim?’ E gente, isso foi me deixando com um caroço na garganta, assim, (põe a mão na garganta) uma vontade de chorar.

Tem uma outra questão, por exemplo, o Sem Pernas, o trabalho dele é basicamente, ele vai até as casas, ele se finge de órfão e pede emprego para aquela pessoa, para aquela dona de casa: ‘me deixa ajudar, eu vou ali e faço as compras pra você, ajuda a limpar a casa’, enfim, aí essa pessoa acolhe ele dentro de casa, ele passa alguns dias ali dentro, e ele vai observando onde fica o ouro, onde fica o dinheiro, onde fica a coisa de valor, e no final de repente ele some e conta para os capitães da areia onde tá cada coisinha, e vai todo mundo em bando lá e saqueia aquela casa, então essa é a função dele. Só que ele tenta fazer isso numa casa, e ele se depara com uma mulher que acabou de perder o filho, e essa mulher acolhe ele para ajudar, só que ela vai tratando ele com muito carinho, muito amor, toda aquela saudade que ela passava pro filho, ela começa a passar pro Sem Pernas e tratar ele com o próprio filho dela, e isso vai causando um temor muito grande no personagem porque ele não pode sentir amor e carinho pelas pessoas que estão acolhendo ele porque ele vai roubar elas no final, sabe? Ele precisa de um motivo para sentir ódio. Ele sabe que a maioria dos burgueses só acolhem ele porque eles sentem remorso, eles sentem só, pena, mas não é amor de verdade, então isso é suficiente para causar o ódio, isso é suficiente para ele querer se vingar. Mas ele vendo a mulher tratar ele com tanto carinho, ele fica desolado, ele fica muito na merda por ter que fazer isso.

Foi um dos capítulos que mais me impactou, foi um dos capítulos que mais chorei. Então gente, as cenas desse livro são muito memoráveis, você vai pegando um amor muito grande pelos personagens. Cada capítulo é como se fosse uma mini história do que está acontecendo ali. A grande maioria é show de bola, algumas são bem arrastadas, sabe? Tem uma ou outra que você precisa ter muita paciência. Mais pra frente tem o surgimento de uma personagem feminina ali no grupo, que é a Dora. Eu achei que ela apareceu de uma forma muito natural, porque às vezes, pode parecer, quando surge alguém muito no final da história, que tá forçando o personagem, forçando acontecer ali, mas aqui foi bem bacana. Tem até a partir disso o start de um romancezinho, o start de alguns sentimentos ali dos personagens.

Aí vai chegando no final do livro e eu achei impressionante a conclusão de cada um deles, eu acho que teve muito a ver com as pessoas que eles são, muito a ver com a particularidade de cada um e você vê claramente como o futuro é totalmente influenciado pela infância, e aí, minha gente, você termina o livro com aquela dor no coração, com aquele vazio, com aquela impotência, mas também com uma indignação pela forma como o livro pinta a injustiça, uma injustiça que a gente não vê. Você começa a pensar também como você é muito injusto. Você é um escrotão nesse mundo! E chegou certo momento que eu simplesmente fechei e me doeu o coração e eu comecei a chorar com essa mensagem que é muito grandiosa, de como as pessoas são carentes de amor, de como as pessoas precisam de afeto e de como a gente caga pra isso, a gente caga pro amor.

Teve até uma vez que a gente fez uma ação aqui no centro de Londrina. Pegamos algumas pessoas e a gente saiu para dar abraços nas pessoas e tinha momentos que a gente, só de abraçar a pessoa ela já começava a chorar. É muito impactante você estar nessa posição, é muito impactante você ser exposto a isso, você ter que ser forçado a refletir sobre como o amor é escasso.

Se teve uma coisa que eu não gostei nesse livro foi a questão de que as vezes ele é um pouco repetitivo demais nos parágrafos, então ele fala alguma coisinha ali, depois ele joga um textão de duas páginas num parágrafo só, repetindo a mesma coisa milhares de vezes, até as vezes as mesmas frases exatamente iguais. Ele fica reforçando aquilo na sua cabeça e fica um pouco chato e cansativo, mas isso é só em alguns momentos, motivo pelo qual eu tirei meia estrelinha, acabei dando quatro estrelas e meia, mas favoritadíssimo. É um livro incrível, é um livro que eu sei que a grande maioria já leu, mas se você não leu ainda, é maravilhoso, recomendadíssimo. (risos)

Então essa foi a minha humilde opinião do Capitães da Areia, do Jorge Amado. To muito interessado em ler outros livros do autor, se você sabe outro que seja tão bom quanto, ou um outro livro também muito legal dele, deixa aqui nos comentários pra mim que eu vou adorar essa recomendação. Agora que eu gostei, filho, segura que eu vou atrás de mil outros livros do autor.

E se você quer conferir outras opiniões de outros livros e também ver o meu processo de leitura, ou bater um papo comigo, é só me seguir nas redes sociais, ta aí pra vocês (aparecem as redes na tela) Facebook, Twitter, Instagram, todos os endereços. Me segue lá, não fica por fora de nada. Me dá um ‘oi’, vem bater um papinho comigo, vem discutir, se você já leu esse livro vem falar comigo também, ou deixa aqui nos comentários.

Se você ta chegando agora no canal, gostou do conteúdo e quer assistir outros vídeos do Geek Freak, quer estar por dentro das minha opiniões e recomendações, é só você se inscrever. Clica aí no botão ‘se inscrever’ (faz gesto com as mãos) e seja muito bem-vindo. Logo logo eu volto com mais conteúdo, mais videozinhos gostosos para falar sobre livros maravilhosos, beleza?

Eu vou ficando por aqui, mas a gente se vê em breve, ta bom? Um beijo e tchau!

Mell Ferraz - O Quarto de Jacob #lendoVirginiaWoolf

Disponível em: https://youtu.be/7Hd_Nd6oCIU

Eu realmente não sei o que fazer com essa gola alta e o microfone.. ah, jesus christ...

(vinheta)

Olá pessoal, vim aqui hoje para a gente conversar um pouco sobre o próximo livro então do nosso ‘Lendo Virginia Woolf’, uma leitura conjunta, muito amor. Se você não sabe do que estou falando, vou deixar o cardzinho aqui em cima. Eu estou falando então do ‘quarto de Jacob’ eu li, juro pra vocês, eu li até ontem de noite, eu terminei ontem mesmo. Faz pouco tempo, ele tá na minha cabeça, esteve durante o mês inteiro, porque, apesar de ele ser bem curto, rendeu, sabe? Essa leitura realmente rendeu. E que incrível foi entrar em contato com esse livro aqui que é tão importante na obra da Virgínia Woolf.

Esse livro aqui então é o primeiro no qual a escritora vai começar a colocar as ‘manguinhas de fora’, como eu costumo dizer só pra dar uma gracinha. É aqui que

nós vemos então a linguagem modernista começando a surgir em sua obra. Se até então a linguagem era abundantemente convencional, no sentido tradicional da coisa, aqui então a gente já começa a notar que o modernismo entrou com tudo na vida escritora. Por que eu digo isso? Por conta não só de umas técnicas que ela começa a inserir no enredo, ou o que a gente considera como enredo do livro, mas também porque eu tive um grande sentimento, em vários momentos do livro, de: ‘o que que está acontecendo aqui?’

Não sei se vocês que leram comigo, ou que já leram antes o livro, também tem essa percepção, mas eu acho que é um pouco geral. Esse livro necessita de mais estudos depois da leitura, o que é sempre algo incrível das obras da escritora. Então eu estou aqui com o Quarto de Jacob, que tem esse título que pra mim no começo era tão, sei lá, curioso. Por que ter um título como esse ‘o quarto de alguém’?

O livro é como se fosse um ensaio, ele é inteiro voltado para esse personagem que é o Jacob. Porém, o Jacob Flanders, ele não vai ter voz aqui nesse livro, a não ser através de seus diálogos poucos. O que acontece é que nós temos perspectivas a respeito dele. É interessante que muitas pessoas acabam relacionando essa característica do livro ao impressionismo que a gente vê bastante na pintura.

Parece que situações que os próprios personagens e suas personalidades, e também os acontecimentos, todos eles são fugidios, ou a maioria. Então a gente começa na infância do Jacob, passa pelo momento da universidade, depois quando ele já é um pouco maior, com 25 anos quando ele vai viajar pra grécia e também para a italia, até um certo momento que já é o último capítulo, que tem duas páginas.

Apesar desse vídeo ser um pouquinho mais livre de spoiler eu acho que não precisa ser dado o que acontece ali no final. Mas esses detalhes mais concretos, esses fatos mesmo do enredo, a gente só pega no ar. Depois também conversando com outras pessoas sabendo de outras impressões. Inclusive, na página 222 dessa minha edição, a gente já vai falar sobre, tá escrito assim: “Não adianta tentar resumir as pessoas, é preciso seguir as pistas. Não exatamente do que é dito, tampouco plenamente do que é feito.” Ou seja, como, né, resumir? Não dá realmente. É o que diz aqui: “Não adianta tentar resumir as pessoas”.

E eu posso estender para as situações, enfim, é o que livro transmite pra gente através das sensações.

E é interessante a gente associar ao movimento do impressionismo, que foi uma escola artística que rompeu com os conceitos do realismo, porque teve uma entrada até que a Woolf escreveu em seu diário de 19 de junho de 1923, que ela diz que ela não tem o dom do realismo, que muitas pessoas associam a ela, que na verdade ela desconfia do realismo e da facilidade que vem com essa representação. Pra ela a representação vai mais no sentido de, pelo menos é o que livro transmite, da sensação, que é um elemento essencial pro impressionismo, que também valoriza a experiência das impressões.

Então parece que ela realmente dá aquelas pinceladas das situações dos personagens, que na verdade, elas não são uniformes, tão concretas, e isso realmente me fez lembrar de vários quadros, como esses que vocês estão vendo agora, do impressionismo, e que são tão lindos, e que tem essas pinceladas tão características. E eu fui ler um artigo que agora já esqueci o nome da pessoa, mas está aparecendo aqui pra vocês, inclusive o nome dele (aparece na tela “The self-conscious narrator in Jacob’s room” Bary Morgenstern) apareceu algo assim, que

eu fiquei chocada, porque eu não li ninguém falando sobre isso, nenhuma pista em nenhuma resenha, nada na internet.

Ali o autor diz que na verdade o narrador desse livro aqui é uma das personagens que é apresentada pra gente bem da metade pro final do livro que é a Sandra Wentworth William. E que ela então está transmitindo pra gente todos os fatos aqui e que são tão assim disjuntos, né? São fragmentos da vida de Jacob. E que ela vai conseguir através das perspectivas das outras personagens, das outras pessoas, colocar tudo aqui, tentar arranjá-los sequencialmente, vamos dizer. E é louco isso porque faz um pouco de sentido. Se você leu e não tinha pensado dessa forma, diz nos comentários, pra mim se você acha absurdo, mas em diversos momentos eu fiquei incomodada porque parecia que tinha o narrador ali colocando a sua opinião e fiquei “Quem que é esse narrador? Por que ele fala que gosta da Itália?” porque tem diversos momentos a opinião bem clara dessa pessoa, que parece que é mulher porque faz comentários no sentido feminista, mas não deixa tão claro assim. E a gente percebe, lendo esse artigo que pode realmente ser a Sandra, que é a pessoa que supostamente pela qual o Jacob vai se apaixonar e que tem 10 anos a mais do que ele. E essa paixão também me deixou um pouco louca porque foi repentina, foi esquisita, foi difícil engolir essa paixão. Poxa, se é ela falando da paixão dele por ela própria pode ser que tenha aí um filtro, né? Não é o Jacob falando de sua paixão, então como confiar nesse narrador? E aí tudo pra mim acabou sendo uma questão de confiar ou não. Isso aconteceu ou não? Como ela sabia disso ou não? Então é uma personagem que também é narradora muito autoconsciente e por ser autoconsciente ela consegue falar de si diretamente, mas não colocando pra gente fatos concretos sobre si mesma.

Ah é difícil falar sobre isso. Até porque eu li hoje mesmo esse artigo, as ideias estão frescas na minha cabeça, estão meio que borbulhando, sabe? Em efervescência.

Então pra essa discussão sobre narrador eu quero ler o que a Vanessa Ferreira comentou lá na postagem sobre o livro no nosso grupo no Facebook, se você não faz parte, eu vou deixar o link aqui embaixo, corra pra fazer parte.

A Vanessa Ferreira, ela se empolgou muito, e Vanessa, muito obrigada, me deu um quentinho no coração ver que você escreveu uma Bíblia sobre as suas impressões a respeito do livro, que sério, eu fiquei muito feliz.

Ela disse que “ao fim a sensação que fica é que alguma coisa nos escapa, algum ponto crucial, algum acontecimento marcante, algum pensamento chave. E sim, escapa. O que nos escapa é o próprio Jacob e ele sempre vai nos escapar, ele fica bem embaixo dos nossos olhos e não podemos vê-lo, não podemos entendê-lo e dizer sim eu conheço Jacob Flanders, eu entendi o livro. Eu acho que é isso que tem de extraordinário em O quarto de Jacob, e o livro mostra que as pessoas nos escapam, que não podemos conhecer ninguém, que não podemos nem conhecer a nós mesmos. O livro me passou a mensagem de que somos todos quimeras e a vida é uma constante busca por um significado, uma explicação”

E nesse sentido, Vanessa, vê se você concorda comigo, é perceber que talvez a gente tenha essa impressão porque tem uma perspectiva ali, por mais que não claramente, talvez tenha uma perspectiva e ela pode até ser da Sandra. O que ela quer mostrar pra gente, o que ela sabe sobre ele? Ela mesma disse pra gente, nessa citação que eu já li pra vocês, que não dá pra resumir as pessoas.

Então eu acho que é por isso, faz muito sentido você ter tido essa impressão, que eu concordo totalmente, eu também tive. Inclusive a própria Vanessa termina o

comentário dela, a Bíblia dela, com essa citação que eu fiz pra vocês, que foi uma coisa bem legal de saber. Veja são partes que tocaram a mim e a ela também, e a outras pessoas. Mas tem uma outra parte que eu queria ler pra vocês, que eu acho lindíssima, só assim pra gente tentar finalizar essa discussão por aqui, no vídeo.

Diz assim essa parte “O estranho em relação a vida é que embora a sua natureza devesse ser evidente a todas as centenas de anos ninguém deixou uma explicação adequada sobre ela. As ruas de Londres estão no mapa, mas as nossas paixões são inexploradas. O que encontraremos ao dobrar a esquina?”

Nesse sentido, olha só, a Vanessa também fala uma coisa interessante, que é: parece que o livro, (Virginia Woolf em sua obra), nos passa a imagem de que a vida é sempre posta pra gente em constante mudança. Eu acho que essa fluidez da vida realmente está presente em grande parte da obra da Woolf e que o desfecho do livro também nos mostra isso, né? Ela comentou e é realmente isso. O desfecho leva pra um caminho totalmente diferente do que a gente estava esperando pra saber sobre a vida de Jacob. A gente não sabe tudo da vida de Jacob, porque acontece algo no final que eu não vou falar. (risos)

É justamente isso. Essa transitoriedade da vida, essa é a mutabilidade da vida, a fluidez dela, e isso é muito bonito de ver, porque querendo ou não é uma aproximação da realidade, que a Woolf disse que não tem como dom, né? A representação na literatura.

É um livro que é singelo, ele é curto, mas só na superfície ele é assim. Parece ser fácil, porque realmente ele é bem difícil, bem complexo, bem denso. E a escrita da Woolf aqui já começa a se parecer com a de Mrs. Dalloway, que aliás é o nosso próximo do livro do projeto, (busca o livro Mrs. Dalloway em uma pilha de livros e o trás a cena) então no mês que vem nós leremos esse livro maravilhoso e eu estou muito ansiosa para reler o livro. Também tem outras leituras que eu quero fazer junto dele, daí a gente vai falando aos poucos, mas já deixo aqui avisado que nós leremos no próximo mês esse livro, que é um dos principais, talvez o mais famoso dela.

(volta a segurar o livro ‘O quarto de Jacob’)

Eu com certeza preciso reler esse livro, porque ele necessita sim de uma releitura. Talvez até eu devesse fazer quando eu terminei, quando li o último capítulo e a última página. Porém, como não está sendo fácil, não é mesmo? Vou deixar para depois a releitura, mas com certeza vai ser algo muito bem-vindo de fazer.

Ah sim, antes que eu termine o vídeo, sobre essa edição, eu realmente gostei muito mais do que as edições que eu tava lendo da Novo Século, que tem assim um trabalho muito porco em relação (desculpa a palavra, mas é isso mesmo) a revisão, preparação, enfim, tradução... A tradução talvez ok, mas todo o resto pfff provavelmente eles não fizeram.

Então eu gostei dessa edição apesar de ter alguns errinhos que eu vi aqui, mas provavelmente de digitação. E também, que é isso que vocês estão vendo agora (close em algumas páginas do livro)

algumas coisas que eu fiquei com o pé atrás, tipo, no original que eu tenho aqui, não temos essa quebra no espaço textual do livro, que tem essa divisão aí que, claramente, a nossa tradução colocou. Então eu não sei porque que eles fizeram isso, seria até interessante saber, mas ficamos aí com a pulga atrás da orelha.

Espero que vocês tenham gostado do vídeo, é uma alegria imensa poder dividir as minhas impressões. Então muito obrigada por me acompanharem até esse momento do vídeo.

Me digam aqui embaixo se vocês leram essa edição ou outra. O que vocês acharam delas, o que você achou do livro, da história, se você tem outras impressões a respeito do narrador, dos personagens, das impressões que o livro nos passa a respeito da vida de Jacob.

Muito obrigada pela sua companhia, a gente se vê no próximo vídeo. Um grande beijo e até lá. Tchau.

Caroline Germano - Nordeste, Fantasia e a Maga Josefa

Disponível em: <https://youtu.be/WXEXdfWc5zc>

Ei pessoal, aqui é Carol do Elefante Literário e eu vou falar um pouquinho sobre, em outras palavras, a região Nordeste. Vocês vão já entender do que eu to falando. (vinheta do canal)

Antes de qualquer coisa, eu preciso falar um pouquinho sobre estereótipos, né? A gente sempre tem o estereótipo que é o quê? Região nordeste, a seca, aquele povo sofrendo, os cactos no meio do nada. Região norte, aquela floresta gigante. Sudeste, aqueles prédios sem fim. Centro-oeste também a natureza, umas cachoeiras, e o sul as montanhas, frio e não sei o que. Isso é um resumo, né? Dos estereótipos que a gente já conhece e que a gente com outras regiões, costumamos ter, só que que queria dizer que isso é uma coisa que tá um pouquinho errada e eu vou explicar o porquê.

Eu como boa nordestina, para quem não sabe, eu moro em Natal que fica lá em cima, quase na curvinha ali do país, e a primeira coisa que eu tenho a dizer aqui é que nordeste não é norte. Pra mim parece uma coisa bem óbvia, mas assim, são regiões diferentes, tipo assim, o nome mesmo, e na rosa dos ventos você tem o norte, o nordeste e o noroeste, todos são pra cima – porque o povo fala ‘Não, é do nordeste, do norte, é lá pra cima.’ – são três coisas que vão pra cima, e a gente tá no nordeste.

E aí o segundo ponto é que aqui no nordeste a gente tem nove estados, ou seja, pelo menos a gente vai ter, no mínimo, nove sotaques. O povo fala ‘Ah, o sotaque muito bonitinho, fofinho, nordeste.’ Então deixa eu falar uma coisa pra quem ainda não percebeu: esse sotaque do ‘t’, um coisa que não chia, da ‘tia’, não é o nordeste que fala assim, certo? São alguns estados, e tem estado inclusive aqui que chia, olha que coisa maravilhosa. Então são sotaques diferentes, são costumes diferentes, são culturas diferentes, são termos diferentes. É quase como se fosse um país dentro do próprio país. Toda essa coisa que muitas vezes a gente vê na mídia, do nordestino, daquela coisa carregada, daquele sotaque, a gente vê aqui, óbvio, mas a gente não consegue generalizar isso pra região nordeste inteira.

Inclusive tem um livro que se chama ‘A invenção do Nordeste’ que vai falar justamente sobre isso, como essa idéia, esse imaginário que está muito presente na mente de todo mundo, na verdade é uma coisa inventada. Não tenho muito conhecimento sobre o livro porque eu ainda não li, mas ele com certeza tá aí nas minhas metas para os próximos meses.

E aí é que eu vou entrar no próximo livro que eu vim comentar com vocês, justamente porque todas essas questões me aconteceram enquanto eu estava lendo esse livro, que é O Auto da Maga Josefa, um livro de Paola Siviero. O que aconteceu? Muitas pessoas estavam falando sobre ele no twitter, e aí eu comecei a

ler o livro, ele tava baratinho na Amazon, comecei a ler sem saber sobre o que era. Aí de repente, começo a ler o livro e o livro se passa no Nordeste, ai eu ‘Eita!’. Achei diferente, né? Achei ousado. Não conheço muitas histórias que se passam no Nordeste. Ai segundo ponto: era uma fantasia. Quem me conhece minimamente sabe que eu não sou das mais chegadas a fantasia, então eu fui com um pézinho atrás ali, né?

Antes de começar a leitura, eu fui pesquisar se a autora era nordestina. Para a minha surpresa , ela não é nordestina. Então eu fiquei com o outro pé atrás por que fiz ‘Ah, tem que ver se ela não vai cair naquele estereotipo do nordestino, né?’ É uma pessoa meio que de fora falando sobre o nordeste e tal. Então eu fui meio que com o pé atrás, mas com a cabecinha bem aberta como sempre, né? Vamos ver o que ela tem ali para me apresentar.

Ah, vale ressaltar que eu não estou falando que aquele nordestino matuto, do sotaque bem carregado, da seca, não to falando que ele não existe. Ele existe, mas seca existe, acredito eu, que em todas as regiões do Brasil e é isto. Vamos deixar claro isso aqui.

Aqui a gente vai conhecer a história de Toninho, que é um caçador de criaturas fantásticas, digamos assim, que é do interior do nordeste e, resumindo muito a história, ele vai ser parceiro de uma maga- que se a gente for parar pra pensar no sentido natural das coisas, eles eram pra ser inimigos, só que aí eles resolvem que eles vão ser parceiros e eles vão atrás dessas criaturas juntos. Todo mundo julga eles? Todo mundo julga eles. Mas eles estão de boas caçando essas criaturas e são altas aventuras.

Cada capítulo é iniciado pelo trecho de uma música que tem ali a ver com a temática do nordeste, e vai contar uma história específica em alguma cidade, que é justamente uma nova aventura deles, contra uma critaura X dessa cidade.

Primeiro que a narrativa é super leve, super fluida, você lê o livro rapidinho, é um livro curto também. Os diálogos são hilários, meu Deus do Céu, eu morria de rir com esse livro, sério. Eu não consegui me ver muito nos diálogos porque ele realmente traz aquela coisa muito do interior, um sotaque, uns termos mais rebuscados que em alguns momentos eu não entendia, entendia mais pelo contexto. Não são coisas que eu costumo falar tanto, mas tem outras muitas que eu fal muito. Eu fiquei super curiosa para saber como seriam outras pessoas de outras regiões lendo esse livro. Como é que é esse entendimento dos termos, porque tem muitas coisas muito específicas.

Mas é um livro muito divertido que, no final da leitura, eu pude perceber que Paola – me pareceu, né?- que ela fez uma pesquisa, que ela não caiu tanto nessa história do estereotipo nordestino, e tem uma coisa que parece ter um conhecimento maior por trás. E no final das contas eu acabei indo atrás de Paola, pra saber como é que tinha sido esse processo de criação, como é que ela tinha tido esse interesse, não sendo uma pessoa nordestina pra escrever sobre o nordeste. E aí ela comentou comigo que na verdade surgiu de uma conversa informal, justamente tentado trazer essa da fantasia pra uma coisa mais regional, porque como a gente ta muito influenciado por essa coisa da leitura do Best-seller , da fantasia estrangeira, sempre são personagens tipo ‘John’, e John não tem aqui no Brasil, né? As vezes até tem, mas já por influência dessa coisa externa.

Como eu já falei, o nome do protagonista é Toninho, e tem a maga Josefa. E ela falou que a partir desses nomes, não tinha como a história não se passar no nordeste.

Como eu falei, como eu imaginei, existiu toda uma pesquisa de anos, ela começou a escrever o livro em 2014 e saiu agora. Tem toda uma pesquisa que ela vem fazendo. Ela disse que já sabia, mais ou menos, sobre quais criaturas ela ia falar, então cada capítulo, ela meio que separou, e ela começou uma pesquisa pra saber as cidades que poderiam ter lendas ou então algum folclore que já levasse a essas criaturas. Então, pelo o que ela falou, parece ser um trabalho muito bacana de muito cuidado. De ela não estar falando pura e simplesmente de uma cidade inventada. Não, as cidades são verdadeiras, e as histórias, algumas são verdadeiras, no sentido de que elas já existem no boca a boca ali do povo, mas que ela também pode criar em cima disso.

Alem disso ela comentou que usou muito o streetview pra meio que 'passar' pelas cidades, viu muitos vídeos das pessoas falando pra ver os sotaques, os termos usados. Ela ouviu muita música, que justamente ela traz isso no livro e eu achei isso muito bacana, e principalmente pensando nas letras das músicas, que é uma coisa que também influencia muito na história.

Bom, todo esse processo, eu acho que só reforça essa idéia da diversidade, a gente tem um país muito diverso, a gente tem uma região, ou regiões, cada uma dentro da sua diversidade, e cada uma tem suas maravilhosidades, tem seus defeitos. A idéia aqui é justamente um pedido, que a gente fuja um pouco mais dos estereótipos, que a gente tente conhecer as coisas um pouco mais a fundo, que a gente não pare ali, que não fique só no nordestino que fala 'oxente' e coisas desse tipo, porque, como eu falei, ele existe também, mas não é só isso. Eu acho que o bacana, a riqueza, tá justamente em a gente conhece essas outras pessoas com suas histórias e suas vivências. Conhecer e respeitar toda essa diversidade maravilhosa que existe nesse brasilão maravilhoso.

Bom, é isto, eu espero que vocês tenham gostado, eu espero que vocês conheçam essa obra de Paola Siviero. Foi um livro muito divertido de ler, de verdade. Muitas geadas eu dava enquanto eu lia.

Eu vou deixar o link aqui embaixo, se você quiser comprar, ele tá sempre super baratinho na Amazon. Ele só tem em ebook, mas dá pra ler pelo computador, pelo celular, pelo kindle, por onde vocês quiserem.

Não esquece de deixar o seu like aqui embaixo, se inscrever se você não for inscrito, comentar se você já leu, se você tem vontade de ler. Eu, particularmente, gostei muito.

Se você já leu e gostou comenta aqui, a gente já vai trocando idéia, vai falando sobre ele e todo mundo sabe o que todo mundo achou. Não fez sentido nenhum essa frase, mas é isto.

Siga a gente em todas as redes sociais que estão aparecendo aqui e, é isso. Valeu. (tela final com 'erro' de gravação)