



ELOISE PORTO FERREIRA

Autor 2.1 – mídias digitais e visibilidade

Tese de Doutorado

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Literatura, Cultura e Contemporaneidade da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Departamento de Letras do Centro de Teologia e Ciências Humanas da PUCRio.

Orientadora: Profa. Vera Lúcia Follain de Figueiredo

Rio de Janeiro
Setembro de 2019



ELOISE PORTO FERREIRA

Autor 2.1 – mídias digitais e visibilidade

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

Profa. Vera Lúcia Follain de Figueiredo

Orientadora

Departamento de Letras – PUC-Rio

Prof. Frederico Oliveira Coelho

Departamento de Letras – PUC-Rio

Profa. Adriana Andrade Braga

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Profa. Stefania Rota Chiarelli

UFF

Prof. Paulo Roberto Tonani do Patrocínio

UFRJ

Rio de Janeiro, 27 de setembro de 2019.

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

Eloise Porto Ferreira

Graduou-se em Letras (Língua Portuguesa/ Literatura Brasileira e Literatura Portuguesa) pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro em 2002. Especializou-se em Literatura, Arte e Pensamento Contemporâneo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro em 2011. Concluiu o curso de mestrado em 2013, com estudos relativos à área de autoria contemporânea. Atua como professora da rede particular no Rio de Janeiro e atualmente dedica-se aos estudos da área de autoria e mídias digitais na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Ficha Catalográfica

Ferreira, Eloise Porto

Autor 2.1: mídias digitais e visibilidade / Eloise Porto Ferreira; orientadora: Vera Lúcia Follain de Figueiredo. – 2019.

221 f.: il. color.; 30 cm

Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Letras, 2019.

Inclui bibliografia

1. Letras – Teses. 2. Autoria. 3. Mídia digital. 4. Visibilidade. 5. Leitores. 6. Críticos. I. Figueiredo, Vera Lúcia Follain de. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Letras. III. Título.

CDD: 800

Para Vera.
Para Bernardo.

Agradecimentos

À CAPES e à PUC-Rio, pelos auxílios concedidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

A minha orientadora Vera Lúcia Follain de Figueiredo, por toda a paciência, diálogo, dedicação, generosidade e afeto: profissional ímpar, pessoa excepcional que tive a sorte de encontrar no meu primeiro dia de aula na pós-graduação.

A todos os professores que tive ao longo da minha vida escolar e acadêmica: não tenho como expressar o quanto valorizo a presença de cada um de vocês na minha formação enquanto pessoa, cidadã, pesquisadora. Nenhuma sociedade é possível sem o profissional de Educação.

A Bernardo Gomes Alevato, pela paciência, carinho, debates e companheirismo em todas as horas.

Aos professores que participaram da Comissão Examinadora no exame de qualificação e na defesa da tese.

Aos colegas de trabalho, em especial a Maria Teresa Pereira de Navarro César, pela amizade e apoio irrestrito.

Aos meus colegas da PUC-Rio.

A todos os amigos e familiares, pela torcida e compreensão nas minhas ausências (que não foram poucas).

Resumo

Ferreira, Eloise Porto; Figueiredo, Vera Lúcia Follain (Orientador). **Autor 2.1 - mídias digitais e visibilidade**. Rio de Janeiro, 2019. 221p. Tese de Doutorado - Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O presente trabalho pretende investigar algumas formas de participação de autores, leitores e críticos em mídias digitais, especialmente em redes sociais, nesse processo de construção de visibilidade, e as possíveis consequências dessas participações. Para tal, analisaremos tanto a fortuna crítica referente aos tópicos apresentados, bem como publicações que circulam no âmbito virtual, além da análise de perfis no *YouTube*, Instagram, participações em clubes de leitura, entre outros. A curiosidade sobre a vida de um autor, como afirma Phillip Lejeune, não é algo novo dentro dos estudos literários. No entanto, na contemporaneidade, muitas vezes podemos confundir a vida do autor com o que ele publica em mídias sociais, especialmente as digitais, confundir a função autor com o sujeito empírico. A forma como o autor aparece em mídias digitais pode ser crucial para aumentar sua visibilidade, assim como a da obra que está sendo lançada. No entanto, o autor não é o único ator nesse processo de construção de visibilidade (e nem o único que aparece) em tempos de redes sociais. Junto com ele, temos também o leitor, que cada vez se torna mais presente nesse processo de visibilidade. Com a participação mais acentuada do leitor, resta-nos refletir sobre o papel da crítica nessa transformação das relações, decorrentes do advento das novas tecnologias.

Palavras-chave

Autoria; mídia digital; visibilidade; leitores; críticos.

Abstract

Ferreira, Eloise Porto; Figueiredo, Vera Lúcia Follain (Advisor). **Author 2.1 - digital media and visibility**. Rio de Janeiro, 2019. 221p. Tese de Doutorado - Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This work intends to investigate some forms of participation of authors, readers and critics in digital media, especially on social network media, as part of the process of gaining visibility, and the consequences of this participation. In order to consider these instances of participation, we will analyze both the theoretical concepts related to our inquiry as well as publications that may be found in cyberspace, analyses of social network profiles from YouTube, Instagram, participation in book clubs, among others. The curiosity about an author's life, as proposed by Philp Lejeune, is not a new concept in the area of literature studies. However, nowadays, sometimes we may confuse an author's life with what he/she publishes in his/her social media or mix up the authorship with the person itself. The way that the author presents himself/ herself in cyberspace can be crucial for his/her visibility beyond his work. Authors, however, are not the only actors that we may find in play in cyberspace: along, we may also consider the arising of reader's presence. In the context of reader's presence alongside the author in this environment, we still need to ask ourselves the role of the criticism in these transformations that are a consequence of the emergence of these technologies.

Keywords

Authorship; digital media; visibility; readers; critics.

Sumário

Introdução	12
1 . O lápis, o papel e a vaidade	29
1.1. Caetano Veloso estaciona o carro no Leblon nesta quinta-feira	29
1.2. Mobilis in mobili – as mudanças na subjetividade	34
1.3. O futuro e os quinze minutos de fama	45
1.4. Autoria, visibilidade e legitimação	54
2 . Consumidores, leitores e internautas - A ascensão dos leitores?	68
2.1. Isso é tão Black Mirror!	68
2.2. Se um viajante numa noite de inverno	73
2.2.1. O <i>Instagram</i> e a rede de leitores	73
2.2.2. Os <i>booktubers</i> e a presença dos leitores “especializados”	90
2.2.3. Os clubes de leitura e o leitor encaixotado	118
2.2.4. Outras formas de participação - <i>Good Readers, Skoob</i>	128
3 . O autor, o leitor e a tela	130
3.1. Os vídeos de discussão	130
3.2. Interatividade, comunidade virtual e conexão	138
4 . A crítica, os autores e os leitores - Breve passeio pelos bosques da não ficção	153
4.1. “Afinal, quem tem cacife pra falar de literatura?”	153
4.2. Os autores, a crítica, os leitores e as transformações de mídia	164
4.3. E agora, José?	172
5 . Conclusão - Admirável mundo novo	183
6. Referências Bibliográficas	205

Lista de imagens

Figura 1 - Mentira política, Banksy	40
Figura 2 - May the police force be with you, Az	41
Figura 3 - Primeiro exemplo de foto disponível no Instagram do Subway Book Review	76
Figura 4 - Segundo exemplo de foto proposta no Subway Book Review	76
Figura 5 - outro exemplo retirado do perfil de Instagram Subway Book Review	77
Figura 6 - Exemplo de resenha disponível no perfil Achados e lidos	78
Figura 7 - exemplo de aforismo presente em Achados e lidos	78
Figura 8 - Exemplo de pergunta lançado ao público em Achados e lidos	79
Figura 9 - exemplo de "meme literário" publicado por Homoliteratus	80
Figura 10 - Exemplo de divulgação de escritores publicado por Homoliteratus	80
Figura 11 - Exemplo de depoimento proposto pelo Livrogram	81
Figura 12 - Exemplo de publicação proposta por Bookcvlt	82
Figura 13 - Outro exemplo de publicação proposta por Bookcvlt	82
Figura 14 - Exemplo de escolha para público proposta por Encontro de leitores	83
Figura 15 - Exemplo de resenha proposta por Encontro de leitores	84
Figura 16 - Exemplo de publicação proposta por Darnius - predominantemente branca	85
Figura 17 - Outro exemplo de publicação proposta dor Darnius - predominantemente bege	85
Figura 18 - Proposta de publicação de Um livro por dia	86
Figura 19 - Exemplo de publicação proposta por Grifei num livro, onde o destaque ao trecho é dado através do foco da foto	87

Figura 20 - Exemplo de publicação do mesmo perfil, onde o destaque do trecho é dado pelo grifo em amarelo	88
Figura 21 - Publicação de Grifei num livro em e-book	88
Figura 22 - Exemplo de publicação de Me indica um livro, resenha	89
Figura 23 - Outro exemplo do mesmo perfil, resenha	90
Figura 24 - Imagem de uma das páginas que representaria o muro.	116
Figura 25 - Ilustração sobre as modalidades de filiação do clube Nem tudo é ficção	120
Figura 26 - Exemplo de kit enviado pelo clube Panaceia em outubro	123
Figura 27 - Demonstração de como se tornar um parceiro do clube de livros TAG	125
Figura 28 - Discussão no Twitter sobre o lançamento da Tag Inéditos	126
Figura 29 - Continuação da discussão na ocasião do lançamento da Tag Inéditos no Twitter	127
Figura 30 - exemplo de conversação entre leitores em rede social sugerindo a presença de crítica especializada	155
Figura 31 - Exemplo de narrativa construída na plataforma Instagram	169
Figura 32 - Recriação virtual de Salvador Dalí, exposta no The Dalí Museum	204

Lista de tabelas

Tabela 1 - Números dos perfis selecionados no Instagram	75
Tabela 2 - Comparação entre seguidores de Youtube e Facebook de YouTubers	177
Tabela 3 - Números sobre pesquisa de títulos estudados	179

Introdução

Um grande pacto virtual, com o autor, com tudo

Certamente, vivemos hoje uma das maiores revoluções tecnológicas já testemunhadas pela humanidade em sua existência. Opto por começar (desastrosamente?) essa introdução com um dos grandes clichês que repetimos sobre a contemporaneidade, com uma declaração que, de tão senso comum, tornou-se prosaica. Espero que o desenvolvimento desse trabalho faça esse lugar-comum inicial ser relevante.

Nasci na década de 80. Nela, o que havia de mais promissor com relação ao futuro eram carros voadores e aparelhos de vídeo-conferência, expostos tanto em desenhos animados como *Os Jetsons* quanto em filmes como *De volta para o futuro*. E, se o carro voador ainda se mantém como promessa, embora há a previsão de que esta se torne realidade em breve¹, a vídeo-conferência foi um recurso que se banalizou na segunda década do século XXI, possibilitada através das novas tecnologias de comunicação, como o *smartphone* com câmera integrada e acesso à internet.

Anteriormente, comprávamos o jornal pela manhã para saber das principais notícias do dia anterior e assistíamos ao jornal noturno para acompanhar os fatos do dia. Hoje, acompanhamos essas notícias em tempo quase real por redes como *Flipboard*, *Facebook* e *Twitter* - sequer precisamos conectar à página para ter acesso à informação, pois esta já chega como notificação em tela bloqueada de celular. Disseminamos essas mesmas notícias, às vezes ingenuamente, em mensagens de *Whatsapp* e *Telegram* para amigos, familiares, conhecidos e até desconhecidos. Se antes as fotos de aniversários e viagens ficavam restritas aos álbuns familiares, atualmente elas fazem parte de uma das maiores redes sociais de compartilhamento de imagens do mundo – o *Instagram*, que conta com bilhões de publicações a cada ano. Os vídeos, antes recordações caseiras, tornaram-se, inclusive, fonte de renda em sites

¹ Para saber mais sobre os avanços nesse campo da tecnologia, acessar: <https://autopapo.com.br/noticia/pal-v-carro-voador-2019/>, <https://www.vivotech.com.br/carro-voador/>

como *YouTube*, que já teve como slogan “Broadcast Yourself” (algo como “Transmita a você mesmo”). Repentinamente, passamos a ter acesso a um número extraordinariamente grandioso de informações através de sites como *Google*, se compararmos com o acesso que tínhamos ao frequentar uma biblioteca.

Longe de recorrer a qualquer tipo de nostalgia que o passado poderia trazer, e sim para pontuar as modificações acontecidas nas últimas décadas, apresentamos algumas inovações nos meios de comunicação oriundas dos aperfeiçoamentos tecnológicos de suporte (como celulares, por exemplo) e de transmissão (a velocidade de transmissão de dados via internet tornou-se exponencialmente mais rápida). Essas transformações não se restringiram à forma como nos comunicamos, mas também para quem comunicamos, de que forma o fazemos e, acima de tudo, o que comunicamos. As mudanças não ficaram circunscritas ao campo da comunicação, e seus desdobramentos são presentes nas esferas econômicas, políticas, sociais, culturais, artísticas e até mesmo as da subjetividade, propondo reflexões, por exemplo, acerca das noções de privacidade e coletividade.

Em um contexto onde tanto mudou tão rapidamente, é interessante nos perguntarmos que transfigurações ocorreram no campo literário, não somente nas novas formas de divulgação de obras ou novas formas de produção, como também o que pode ter acontecido com autores e leitores diante desse novo cenário.

Durante o processo de pesquisa para a formulação da dissertação que defendi, intitulada *Autor 24 horas*, para obtenção do título de Mestre na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, investiguei alguns pontos relacionados à autoria e a possibilidade de mudanças nesse conceito, advindas, principalmente, da influência das novas tecnologias sobre o campo cultural.

O projeto partiu dos questionamentos do filósofo francês Michel Foucault em seu ensaio *O que é um autor?* e desdobrou-se na possibilidade de vivermos um embricamento entre a função-autor e sujeito empírico, embricamento esse que serviria ao mercado editorial no tocante à exploração do fenômeno que foi investigado nessa dissertação: o autor celebridade. Vivemos tempos que, de acordo com outro teórico pesquisado, Phillpe Lejeune, *primeiro conhecemos o nome do autor para somente conhecer sua obra a posteriori, quando a conhecemos*. Na dissertação, a proposta de

investigação era descobrir como se constrói, através das ferramentas tecnológicas atuais, esse autor que é um personagem de mídia, um autor que interessa ao mercado para divulgar sua obra e ampliar o público consumidor desta. A presença constante deste e o seu nome parecem ser peças fundamentais de divulgação e comercialização das obras no mercado editorial atual. Ao retomarmos a função autor, tal como definida por Foucault, podemos ponderar que, hoje, vivenciamos uma espécie de tentativa de atrelamento do sujeito empírico à função autor, para fins mercadológicos, ou seja, o mercado ficcionaliza esse sujeito empírico para melhor vendê-lo, construindo sua personagem midiática – o que temos, portanto, enquanto imagem do autor na mídia (e que “compramos” em uma livraria) seria uma espécie de ficcionalização de seu sujeito empírico atrelada à sua função autor.

Nesse contexto, poderíamos imaginar que a personagem midiática do autor talvez ocupe esse lugar que antes era destinado à obra em si. A personagem midiática do autor, que fortalece seu nome na capa, pode responder, afinal de contas, pelas vendas de sua obra: na atualidade, os leitores comprem muito mais do que livros, comprem com eles a imagem dos autores que nos é construída pelo mercado e fornecida pela mídia. Mais do que ser original, é preciso fazer “atualizações” constantes, é preciso reinventar-se no cenário editorial e no campo virtual sendo, assim, um *autor 24 horas*.

Com o advento das novas tecnologias, temos a potencialização do encontro (ou simulacro de encontro) com o autor: um dos objetos de estudo foi o perfil de alguns autores contemporâneos brasileiros na rede social *Facebook*. Lá está o autor, com comentários sobre sua obra misturados com narrações de sua vida cotidiana. Muitas vezes, ao nos depararmos com esses comentários, acabamos por esquecer que ele está sendo feito em um ambiente mediado, com total controle daquilo que será publicado, o que é exposto ali foi pensado anteriormente, servindo, talvez, a um outro propósito: o da construção de uma imagem de autor na mídia, onde sujeito empírico e função-autor estão embricados, ampliando o espaço de divulgação e venda de sua obra.

O curso de Mestrado trouxe-me questionamentos que se desdobraram, e devido a restrições de tempo não pude aprofundar. Detive-me na análise da construção midiática da figura do autor, especialmente na formação do fenômeno do autor enquanto celebridade e suas implicações mercadológicas, deixando de abordar outras

questões que também são relevantes no estudo da autoria contemporânea. Ao revisitar a minha dissertação, com o atual panorama nas redes sociais, percebi que existiam outros pontos a serem verificados dentro do campo literário: enquanto na minha dissertação dediquei-me a analisar as mudanças trazidas pelas novas tecnologias do século XXI no campo autoral, restringindo-me a ele, analisando-o, portanto, intrinsecamente; na minha tese pretendo investigar o autor em suas relações com os outros atores do campo: o leitor e o crítico literário, dentro desse mesmo contexto de mudanças, e como essas relações podem influenciar o campo autoral.

Parece-nos que na contemporaneidade é necessário que o autor seja proativo na construção desse processo de visibilidade, pois se até então, na mídia tradicional, ele era aquele que seria retratado por jornalistas, exposto e entrevistado por eles para atender à curiosidade do público, hoje ele precisa não somente realizar essas mesmas atividades como também responder por tudo aquilo que ele próprio publica em seus perfis em diferentes redes sociais (fotos com leitores, fotos de participações em eventos de literatura, comentários sobre o processo de escrita de uma obra, etc) com o objetivo de se fazer notar. Ao autor contemporâneo não basta ser interessante: é preciso também parecer interessante², explorar e atender às múltiplas possibilidades midiáticas que encontramos na atualidade.

É notório, por exemplo, que o leitor tem ganhado cada vez mais espaço em redes sociais – o leitor, de uma forma metafórica, saiu do sofá e ganhou as telas, co-protagonizando os mecanismos de ampliação de visibilidade nesse espaço virtual, através de redes como *Instagram* e *YouTube*. O leitor presente nas redes sociais gera um público (seguidores) e pode ser apontado, portanto, como um possível formador de opinião no mercado editorial atual, uma vez que indica obras e estimula a venda de livros. Nesse contexto, ele possui um poder que o autor não tem: o de elogiar uma obra ou o próprio autor, estimulando a curiosidade acerca deles, tornando-os visíveis para outros leitores. O autor precisa da presença desse leitor nas redes sociais para aumentar sua visibilidade, assim como o leitor precisa do autor (e da obra) pelo mesmo motivo.

² Livrentemente inspirado na frase histórica do imperador Júlio César: “À mulher de César não basta ser honesta, tem de parecer honesta”.

Nesse contexto de potencialização do papel do leitor na formação de outros leitores, com sua presença nas redes sociais, é interessante também analisar o papel da crítica nos dias atuais: quem influenciará o que será lido? Diante da chamada “crise da crítica” e da progressiva valorização da opinião em detrimento da análise mais técnica, que espaço ainda teria a crítica contemporânea atual e de que forma ela se relaciona com os autores? Qual será o papel da crítica em um contexto de tanta informação?

Ao iniciarmos o primeiro capítulo, “O lápis, o papel e a vaidade”, propomos a discussão sobre as relações entre a autoria e o fenômeno da celebridade, tão presente nos tempos atuais, partindo de um exemplo ficcional: o escritor Daniel Mantovani, protagonista do filme *O Cidadão Ilustre*, de Mariano Cohn e Gaston Duprat, obra que certamente traz alguns aspectos que têm sido abordados nos estudos literários na contemporaneidade, em especial, a figura do autor.

A presença do autor em redes sociais tem contribuído de forma significativa para o aumento da visibilidade da sua personalidade midiática e, em alguns casos, da sua obra. Isso não constitui algo novo dentro dos estudos do campo literário, no entanto, é interessante notar a diferença daquilo que é mostrado por esse autor: se no século XIX encontrávamos no meio impresso a figura do autor que possuía um “dom único”, uma habilidade especial, uma personalidade singularmente interessante, atualmente nos deparamos com publicações de autores em redes sociais que, ao falarem sobre fatos cotidianos, aproximam-se dos seus leitores, criando um vínculo de possível proximidade através da aura do “gente como a gente”. Entretanto, não é só isso que ele publica em seus perfis: também encontramos por lá, junto com as fotos de viagens e de família, sua agenda de lançamentos, os bastidores da escrita de um próximo livro, fotos com seus leitores. Realizando esse tipo de publicação, ele consegue aumentar seu potencial de visibilidade junto ao seu público e, com isso, não ser esquecido em uma próxima ida à livraria (ou ao site da *Amazon*). Ao publicar em redes sociais com a intenção de divulgar suas obras, ele acaba por ocupar um espaço que antes era da grande mídia, conseguindo, dessa forma, uma certa autonomia com relação à sua imagem: se anteriormente o que parte do público conhecia de um autor era o que os jornalistas de mídia impressa escreviam sobre ele, hoje, sua ocupação nas plataformas de interação social permite que ele responda pelo seu próprio discurso perante aos seus

leitores, ainda que sua imagem também dependa daquilo que é publicado em mídia impressa, ele possui um outro canal de comunicação com seu público através das mídias digitais.

Outro assunto abordado no capítulo é a questão da visibilidade, principalmente em tempos de celebridades e influenciadores digitais. Em tempos onde a visibilidade é tão necessária – e desejada – como um autor pode sobressair-se e diferenciar-se daqueles que se fazem presentes no âmbito virtual, ainda que não sejam pessoas ligadas à importantes cargos políticos ou artistas? Aqui, parece-nos que o que diferencia o autor da celebridade é a obra: um autor precisa estar na mídia para divulgá-las, e sua presença na mídia justifica-se em função delas (ou, pelo menos, deveria se justificar).

Algumas possíveis formas de participação dos autores no âmbito virtual foram levantadas, através da observação de perfis em redes sociais, bem como a apreciação de publicações de mídia virtual (sites de notícias, por exemplo) que abordam questões relativas aos escritores.

O segundo capítulo, “Consumidores, leitores e internautas”, é dedicado à análise de diversos perfis de leitores, especialmente em redes sociais. Primeiramente, investigaremos a participação de leitores na rede social *Instagram*. O *Instagram* é uma rede social que, a priori, surge como uma forma de compartilhamento de imagens, com destaque para fotos do cotidiano, e que posteriormente possibilitou a publicação de vídeos. Os dados do alcance dessa rede social são bastante expressivos: em junho de 2018, a rede já contava com um bilhão de usuários ativos³, registrando, já em 2017, uma taxa de crescimento superior (5% por trimestre) ao *Facebook* (3,14% por trimestre)⁴, rede social que possui maior número de usuários ativos do mundo. Dada a sua relevância, resolvemos investigar de que forma a literatura, principalmente, a partir dos leitores, pode estar presente nesse contexto, que, prioritariamente, dá maior destaque à imagem em relação ao texto.

É necessário ressaltar que há uma diversidade de postagens presentes no *Instagram* relacionadas à literatura, como por exemplo a proposta experimental de

³ Usuários que utilizam a rede social pelo menos uma vez por mês, de acordo com o site TecMundo.

⁴ Dados obtidos no site www.tecmundo.com.br, para saber mais: <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/131503-instagram-tem-1-bilhao-usuarios-ativos-/mes.htm>. Dados acessados em: 05/07/2019, 13: 28h.

criação de pequenas narrativas, através de fotos (ou imagens com legendas) e, posteriormente, o vídeo. No entanto, não é o intuito desse trabalho analisar as novas possibilidades de experimentação literária consequentes do uso dessa rede social, e sim buscar compreender de que forma leitores podem apresentar autores e obras para o seu público, aumentando, dessa forma, a visibilidade de todos participantes do processo.

Partimos de investigações por palavras-chave dentro do campo de busca dessa rede (como “bookgrammers”, “literatura”, “perfis literários”, “indicações de livros”, etc), assim como procuramos por indicações de perfis de “bookgrammers⁵” na internet⁶ para um levantamento de material a ser apreciado. Também acompanhamos as indicações de leitores no aplicativo do clube de leitura da TAG, que será mencionado posteriormente. Após realizar o levantamento de material, selecionamos dez perfis que se tornaram mais adequados para a nossa apreciação, levando em consideração alguns critérios: a) perfis que se voltam exclusivamente para a divulgação de literatura, ou seja, aqueles que não possuem outros assuntos pessoais ou culturais também divulgados de forma proeminente (literatura e viagens, literatura e cinema, literatura e artes plásticas, etc), b) perfis voltados à exposição de obra/ autor, preferencialmente, tentando excluir perfis que fossem de *selfies*⁷ do próprio usuário com o livro, c) perfis que não fossem voltados para literatura YA (young adults), infantis e infanto-juvenis, d) número de seguidores (alcance) e qualidade das fotos. Chegamos a um resultado de dez perfis que atendiam aos parâmetros propostos, que são: Homoliteratus, Me indica um livro, Achados e lidos, Subway Book Review, Livrogram, Um livro por dia, Bookcvlt, Darnius, Grifei em um livro, Encontro de leitores. Algumas publicações de cada perfil foram inseridas no corpo desse estudo como uma tentativa de ilustrar o trabalho realizado por esses leitores, exemplificando sua forma de participação: resenha com foto da capa do livro, pergunta lançada ao público para interagir, resenha com foto de autor, foto de leitores em lugares públicos com entrevista sobre a obra, etc.

⁵ “Bookgrammer” é uma expressão utilizada para designar aqueles que fazem uso do Instagram para divulgar obras ou tratar de assuntos de cunho literário.

⁶ Para saber mais: <https://www.revistabula.com/4895-21-perfis-do-instagram-para-apaixonados-por-livros/>, <https://abookaholicgirl.wordpress.com/2018/02/05/10-perfis-literarios-para-voce-seguir-no-instagram/>, <https://loucura-por-leituras.blogspot.com/2016/09/10-instagram-literarios-para-voce-se.html>. Último acesso em: 05/07/2019, 14:49h

⁷ Selfie é a foto que a pessoa tira de si própria, possibilitada pelas novas tecnologias fotográficas.

Assim, pontuamos como essa participação na rede *Instagram* é possível e acontece, aumentando a visibilidade de autor e obra.

A segunda parte desse capítulo é dedicada aos leitores que utilizam a plataforma *YouTube* para interagir e divulgar, através de vídeos com opiniões, obras e autores. Outra rede social de largo alcance nos tempos atuais, ela se caracteriza por ser uma plataforma onde seus usuários podem tanto assistir quanto compartilhar vídeos de maneira simplificada, pois sua interface é bastante intuitiva. Configura-se atualmente como a segunda rede social com o maior número de usuários ativos no mundo, com quase dois bilhões de participantes⁸.

A atuação dos *booktubers*, nome dado aos influenciadores digitais que se especializam em produzir conteúdos em vídeo voltados para a discussão de literatura, já tem sido debatida nos meios acadêmicos, principalmente por pesquisadores que investigam a participação deles na possível formação do público leitor contemporâneo. No contexto dessa pesquisa, entretanto, voltamo-nos para a sua atuação como um potencial divulgador de obras e autores, que pode contribuir, de forma significativa por conta do seu alcance, para o aumento de visibilidade destes.

A atuação de influenciadores digitais voltados para a literatura nessa rede social tem progressivamente sido mais efetiva nos últimos anos, com a popularização da plataforma. Buscamos, assim como fizemos com os *bookgrammers*, palavras-chave dentro da própria rede social, bem como procuramos indicações presentes em sites⁹ e acompanhamos os vídeos relacionados em alguns canais, presentes do lado direito da tela. Diante do número de perfis encontrados, fez-se necessário também nesse caso estabelecer alguns parâmetros para a escolha de perfis e vídeos que fossem mais pertinentes ao nosso estudo: a) perfis nacionais, b) perfis voltados exclusivamente para vídeos sobre literatura, excluindo-se canais “mistos” (literatura e cinema, literatura e séries, literatura e viagens, literatura e estilo, etc), c) perfis que não fossem voltados

⁸ Dados obtidos em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/youtube-ja-tem-mais-de-18-bilhao-de-usuarios-ativos-por-mes-113174/>. Último acesso: 05/07/2019, 15:45h.

⁹ Para saber mais: <https://www.purebreak.com.br/noticias/booktubers-6-canais-sobre-livros-no-youtube-para-voce-acompanhar/87229>, <https://revistagalileu.globo.com/blogs/estante-galileu/noticia/2016/03/8-canais-literarios-brasileiros-que-voce-precisa-conhecer.html>, <https://www.uai.com.br/app/noticia/artes-e-livros/2018/08/12/noticias-artes-e-livros,232255/quem-sao-os-booktubers-e-influenciadores-que-agitam-o-mercado-de-livro.shtml>. Último acesso em: 05/07/2019, 16:04.

para a literatura YA (*young adults*), infanto-juvenil ou infantil, d) tempo de criação de perfil, com preferência para canais mais antigos e) número de seguidores e visualizações.

Com esses critérios, selecionamos cinco perfis para serem explorados: os canais TNT, de Tatiana Feltrin, *Lidolendo*, de Isa Vecchi, *Literature-se*, de Mel Ferraz, *Livrada*, de Yuri Al’Hanati e *Ler antes de morrer*, de Isabella Lubrano. Em torno de quarenta vídeos foram observados pela pesquisadora, e como parâmetro para realizar o recorte de pesquisa, escolhemos vídeos que a) fossem de “curta” duração, com menos de quinze minutos cada, e b) preferencialmente, retratassem obras literárias já lidas pela pesquisadora. Chegamos ao número de quinze vídeos, brevemente descritos no trabalho para que possamos ter uma ideia da forma como obras e autores são apresentados pelos influenciadores digitais literários: no canal TNT, os escolhidos foram: “A peste”, de Albert Camus, “Morte em Veneza/Tonio Kröger”, de Thomas Mann e “Cem anos de solidão”, de Gabriel García Márquez. No canal Lidolendo, os selecionados foram: “Stoner”, de John Williams, “A noite devorou o mundo”, de Pit Agarmem e “Cordilheira”, de Daniel Galera. Do canal Literature-se, escolhemos os vídeos que retratam as seguintes obras: “Sono”, de Haruki Murakami, “Americanah”, de Chimamanda Ngozi Adichie e “Quarto de despejo”, de Carolina Maria de Jesus. Do canal Livrada, optamos por descrever os vídeos de “O sol na cabeça”, de Geovani Martins, “Enquanto os dentes”, de Carlos Eduardo Pereira e “O Senhor das Moscas”, de William Goldberger. Por último, no canal Ler antes de morrer, selecionamos “Lolita”, de Vladimir Nabokov, “Agosto”, de Rubem Fonseca e “Bartleby – o escrivão”, de Herman Melville.

Além destes, outros vídeos, que retratam um pouco sobre questões que envolvem o funcionamento da dinâmica de *booktubers* foram selecionados para o terceiro capítulo, do qual explicarei um pouco mais adiante.

Posteriormente, verificaremos outra forma de participação dos leitores também marcante na contemporaneidade: a “ressurreição” (se é que podemos utilizar esse termo) dos clubes de leitura, que agora acontecem não somente na modalidade presencial, mas também promovem a interação entre leitores através da internet. Com o uso de ferramentas como aplicativos que promovem discussões internas entre

leitores, possibilitando conversas privadas, por exemplo, eles podem servir como forma outra de circulação e divulgação de obras e autores, que por muitas vezes não atuam somente como artistas, mas como curadores (decidem que obra será lida em um determinado mês). Os clubes escolhidos para análise, de acordo com seu público-alvo (excluímos, para fins de pesquisa, clubes voltados para literatura YA – young-adult, infanto-juvenil e infantil) e presença, através, por exemplo, de publicidade e citações de próprios leitores no âmbito digital foram: TAG, Panaceia, Nem tudo é ficção e Intrínsecos (esse, derivado da própria editora). Para melhor compreender o funcionamento de um clube de leitura e de que forma autores e leitores participam nele, a pesquisadora vinculou-se a um deles, TAG, em novembro de 2017. Com isso, teve acesso às publicações que ficam restritas ao aplicativo próprio do clube, onde os leitores podem interagir, de forma geral, sobre assuntos ligados a ele e à literatura (lançamentos, encontro de leitores, divulgação de perfis literários, notícias relacionadas à autores e obras, traduções de obras para o português, etc). Desde 2018, o clube promove encontros na Feira Literária Internacional de Paraty (FLIP) com mesas próprias de discussão em programação paralela à do evento e alguns eventos restritos somente à assinantes.

Ao realizarmos a pesquisa referente aos *booktubers*, encontramos alguns vídeos com depoimentos destes sobre questões relacionadas ao funcionamento dos perfis e sua relação com o mercado editorial, que serão retratados no início do terceiro capítulo, sobre autores e leitores. São eles: “Leitores sensíveis” e “Como a Amazon ganha dinheiro”, do canal Livrada, “Parcerias com editoras” e “Como os booktubers ganham – publieditoriais, permutas, afiliações e adsense”, do canal Literature-se. Eles são o ponto de partida para a discussão do terceiro capítulo, “O autor, o leitor e a tela”, com abordagem mais teórica, sobre as publicações exploradas no capítulo anterior.

Quando levamos em consideração a participação do leitor na atualidade, podemos perceber que o processo de “compartilhamento de leituras” também é potencializado com as redes sociais. É um processo que não se configura como algo novo, mas sim que passa por transformações no que concerne seu alcance e formas de funcionamento. O advento da internet, em especial das plataformas de interação social, sugere a ideia de proximidade e interconectividade, com isso, para os leitores que

utilizam essas redes, a sensação de “estar conectado” a outros leitores aparece com maior intensidade. Ao refletirmos sobre esse fato, levamos em consideração o conceito de “grupo de pertencimento”, proposto por Nicholas Carr ao citar as ideias de Caleb Crain sobre “grupalidade” – no caso da nossa análise, o sentimento de pertencer a um grupo que se forma a partir de uma preferência subjetiva por um autor ou obra, por exemplo.

O leitor que está presente nas redes sociais pode fazer parte, dessa forma, de algum “grupo de pertencimento”, assim como estar sujeito à ação dos algoritmos que fazem parte de redes sociais, sites de busca (como o *Google*) e de compra (como a *Amazon*). Esses algoritmos agem como filtros que determinam os critérios do que deve ser mais visualizado ou menos, e são chamados de *gatekeepers*. Eli Parisier, ao explicar sobre o “filtro-bolha”, demonstra que uma simples pesquisa pela mesma expressão no *Google* tem como retorno diferentes sites para diferentes pessoas, de acordo com uma série de parâmetros que os algoritmos levam em consideração ao mostrar os resultados de busca. A participação em “grupos de pertencimento” e a ação dos algoritmos presentes na internet podem levar ao leitor à uma situação que se conheça, portanto, aquilo que se apresenta “com maior relevância” de acordo com critérios que nem sempre são claros, fazendo surgir algo como um público literário mais restrito, um grupo que passa a conhecer autores e obras que são apresentados a ele por recomendação de terceiros (participantes dos “grupos de pertencimento”) ou pelos algoritmos que definem que obras serão apresentadas no caso de uma busca na *Amazon*, por exemplo (“Se você gostou dessa obra, também pode gostar dessas”).

Neste terceiro capítulo, também trataremos, ainda que de forma breve, sobre as diferentes formas de participação dos leitores em redes sociais. Partindo dos conceitos relacionados à cultura participativa, propostos por Henry Jenkins em *Cultura da Convergência*, além de análises relacionadas à atuação de atores na rede virtual feita por Raquel Recuero, entendemos que a presença de leitores se dá de diferentes formas, sendo necessário diferenciar o leitor que consome aquilo que é produzido para as redes, seja através de publicidade, da mídia tradicional, da atuação do autor em redes sociais ou discussões propostas pelos seus “grupos de pertencimento” e o leitor que produz

conteúdo, que é divulgado em redes sociais, e acaba aumentando a rede de paratextos que circulam sobre uma obra.

É relativamente extensa a parte dedicada para essa pesquisa da atuação dos leitores nas mídias digitais, mas ela faz-se necessária para conseguirmos mapear que tipos de participação temos dos leitores nas mídias digitais, assim como que papéis eles podem desempenhar, em conjunto com os autores e outros atores do campo, como as grandes corporações *Google* e *Amazon*, por exemplo, na divulgação de uma obra. Certamente, com um número expressivo de seguidores, essa participação se destaca na questão da divulgação e circulação da obra no campo midiático na contemporaneidade, a ponto de muitos afirmarem que a ação desses influenciadores digitais é vital para a formação do público leitor da nossa época. Resta-nos o questionamento, aqui, da preponderância da opinião sobre a análise, que guiará o próximo capítulo, dedicado ao espaço da crítica literária.

O quarto e último capítulo desse trabalho, “A crítica, os autores e os leitores”, tentará abordar a situação, diante desse cenário, da crítica literária contemporânea em face às modificações consequentes da maior inserção do autor e do leitor no campo cibernético.

Nesse contexto de potencialização do papel do leitor na formação de outros leitores, com sua presença nas redes sociais, é interessante também analisar o papel da crítica atualmente: quem influenciará o que será lido? Diante da chamada “crise da crítica” e da progressiva valorização da opinião em detrimento da análise mais técnica, que espaço ainda teria a crítica contemporânea atual e de que forma ela se relaciona com os autores? Qual será o papel da crítica em um contexto de tanta informação?

Partindo do vídeo “Quem tem cacife para falar de literatura?” de Tatiana Feltrin, procuraremos compreender que espaço a crítica ainda tem dentro desse campo de forças, remodelado pelo advento das novas tecnologias de mídia, e por quais transformações ela passa (ou ainda deve passar) para continuar em diálogo com o autor e o leitor do século XXI. Em um campo onde ela não mais faz a mediação das interpretações e perde a autonomia no contexto de divulgação de obras, do que tratará a crítica literária no século XXI, quem será o seu público e onde ela irá encontrá-lo? Ela falará de autores para leitores, ou de autores com os leitores?

Em um contexto onde o leitor está sujeito tanto às opiniões de outros leitores quanto aos algoritmos virtuais, onde o valor de uma obra pode ser facilmente confundível com o número de visualizações e curtidas que ela consegue no *YouTube*, qual deve ser o trabalho de um crítico? Certamente, com as reconfigurações apontadas anteriormente, o papel do crítico deve passar por mudanças, se levarmos em consideração a sua atuação na modernidade. Tzvetan Todorov, em *A Literatura em Perigo*, já apontava para as possíveis causas para o distanciamento entre público e crítica, entre elas, o distanciamento da literatura e do mundo. O afastamento do cotidiano, que hoje é profundamente alterado pelas novas tecnologias, é apontado não somente por Todorov, mas também por outros estudiosos que analisam o papel da crítica na atualidade, como Eneida Maria de Souza e Wander Melo Miranda. Ao assumirem um papel de divulgação de uma obra, trabalho anteriormente atribuído ao crítico literário com seus pareceres que circulavam em publicações impressas; autores e leitores acabam por colocar um possível impasse à instância crítica, que deve repensar sua prática tanto discursiva quanto em relação aos seus procedimentos e espaços de circulação.

Neste capítulo, além de tentar situar o leitor desse trabalho sobre o fenômeno que chamamos de “crise da crítica”, bem como trazer algumas modificações já propostas por pesquisadores do assunto, buscaremos também entender de que forma a crítica tem ocupado no ambiente digital, através de publicações em sites ou, até mesmo, em páginas de redes sociais. Ao compararmos, por exemplo, o número de seguidores de uma página sobre crítica literária e outra de um influenciador digital literário o resultado pode ser interessante, nos indicando que há, de fato, atenção ao material produzido pelos críticos que se propõem a circular por outros meios, além dos impressos. Ao ocupar também o espaço digital, podemos entrever a consolidação dos três atores (autor, leitor, crítica) no ambiente digital, todos conectados, onde a reconfiguração da participação de um ator traz consigo a potência de transformação dos outros, como se fosse um grande pacto virtual, com o autor, com tudo¹⁰ (ou todos).

¹⁰ Livremente inspirado na frase “Com o Supremo, com tudo”, proferida pelo então senador Romero Jucá para Sérgio Machado, em diálogo interceptado, na época do impeachment da então presidente Dilma Rousseff.

O presente trabalho pretende trazer uma contribuição para outros pesquisadores ao explorar não somente a presença do autor em mídias, especialmente as digitais, mas suas relações com o leitor e crítica, também presentes nelas. Ao realizar tal análise, não ficaremos circunscritos meramente às instâncias literárias, mas também abordaremos questionamentos sobre conceitos e forças que perpassam a contemporaneidade, como o uso da tecnologia, novas mídias, mercado, legitimação, visibilidade, performance, presença e, acima de tudo, imagem. É através deles, forças moventes do início do século XXI, que podemos observar as possibilidades de reconfigurações da tríade autor-leitor-obra no mundo contemporâneo e pensar, dessa forma, a própria literatura, do papel para a tela em um mundo de múltiplas mediações.

Nessa introdução, além de apresentar de maneira abrangente os assuntos principais dos capítulos, também acredito ser necessário justificar a escolha pelo tema dessa tese, assim como pontuar ligeiramente a situação dos estudos referentes ao campo de literatura e outras mídias na atualidade.

Como já foi mencionado anteriormente, a autoria tem sido um tema de interesse para pesquisadores de literatura na contemporaneidade. No entanto, ainda existe a necessidade de exploração das relações do autor com os outros atores do campo, especialmente o leitor e a crítica, que podem ter sido potencialmente modificadas com as novas tecnologias de mídia, especialmente as mídias digitais. Dado que as redes sociais, tais quais encontramos no âmbito virtual, são um fato relativamente recente, acredito que é profícuo analisar essas possíveis transformações.

A valorização do “real” pode se manifestar de diversas formas quando falamos de autoria, como, por exemplo, na criação de um personagem autor para o ambiente virtual, ou na crítica/ resenha “gente como a gente”, feita por diversos *booktubers*, nos chamados “canais literários” da rede social *YouTube*. Um leitor, assim como nós, falando despretensiosamente sua opinião sobre um livro. O que nos resta indagar é, justamente, essa despretensão: é um leitor comum dando um parecer ou alguém que, involuntariamente, poderia desempenhar um papel relevante nos procedimentos de marketing do mercado editorial para dar visibilidade à obra? Tal qual “a presença” do autor que não termina ao fechar de um livro, revivificando-se continuamente em suas postagens na internet, também o leitor quebra o silêncio e a solidão do instante de

fechamento do livro: agora, juntos, podem falar ao grande público (encontro possibilitado pelas redes sociais), protagonizando esse ato outrora individual e silencioso, e hoje midiaticamente polifônico: a leitura de uma obra. E se, ao abordarmos a questão da autoria, sempre podemos nos referir ao questionamento “O que é um autor?”, ao pensarmos sobre essa polifonia presente nas mídias digitais também encontramos a pergunta “O que é um leitor?” proposta por Ricardo Piglia, em “O último leitor”:

A pergunta “o que é um leitor?” é, sem sombra de dúvida, a pergunta da literatura. Essa pergunta a constitui, não é externa a si mesma, é sua condição de existência. E a resposta a essa pergunta – para benefício de todos nós, leitores imperfeitos porém reais - é um texto: inquietante, singular e sempre diverso. (Piglia, 2017, p. 25)

O autor fala de sua obra e sua vida, o leitor fala do que leu e do autor, e são muitas as vozes, os discursos e as informações, além das novas tarefas: gerenciador de redes sociais, *youtuber*, *booktuber*, *instagrammer*, todos dizendo, através de fotos, legendas, vídeos e pareceres, como deve ser o estilo de vida, o que deve ser vestido, onde se deve estar, o que deve ser consumido e o que deve ser lido. É toda uma nova forma de apresentação de produtos (entre eles, os livros) e formação de opinião que nos obriga a perguntar: onde estará o espaço da crítica especializada literária nesse meio? Como a visibilidade de todos os discursos, no final das contas, acabou modificando as relações entre autor, leitor e crítica?

Como parte dos estudos do contemporâneo, acredito ser essencial mapear e observar o que tem acontecido com as instâncias literárias perante o advento das novas tecnologias de mídia, especialmente a internet e as redes sociais. De que forma elas podem reconfigurar essas instâncias e que transformações podem acontecer a partir dos diversos usos das mídias digitais, e que impacto elas podem ter no mercado editorial ao propor novos mecanismos de visibilidade de um autor ou uma obra, por exemplo? A internet e as redes sociais, um fenômeno tão expressivo dos tempos contemporâneos (se pensarmos, por exemplo, os números estratosféricos de usuários de redes como *Facebook* e *Instagram*, por exemplo) certamente modificam a maneira como a obra e a imagem de um autor circulam, bem como o alcance delas, e permanece como um

campo que ainda deve ser bastante explorado tanto por pesquisadores de literatura quanto os de outras áreas.

Em recente artigo para a revista *Suplemento Literário*, intitulado *Do que tem tratado a crítica acadêmica*¹¹, o autor Igor Gomes retrata os dados da pesquisa de Regina Dalcastagnè (UnB), Anderson da Mata (UnB) e Igor Graciano (Unilab) sobre os temas de publicações em dez revistas acadêmicas, Qualis A1, voltadas para a literatura. A pesquisa partiu da hipótese “de que as análises são circulares, homogêneas – estão sempre falando dos mesmos autores, com as mesmas abordagens e o mesmo referencial teórico”. Dos 2.565 artigos que tratavam sobre literatura, 410 abordam teoria, sem ter como tema principal alguma obra ficcional, enquanto 2.155 eram análises de obras. A maior parte desses artigos (55,8%) possui um aporte teórico extraliterário, e tentam dialogar com áreas como a sociologia, a psicanálise, a antropologia, entre outros, enquanto os outros ficam circunscritos ao uso somente de teorias literárias. Sobre esses dados, Regina Dalcastagnè analisa:

O resultado parece estar em sintonia com as disputas próprias do universo acadêmico, “entre duas posições bastante diferentes para se pensar a literatura e sua importância no mundo – uma que expande sua interpretação, vendo-a como um discurso sobre este mundo, e outra que tende a destacar a especificidade do literário, quase como se o mundo fosse um detalhe numa forma expressiva que deve ser avaliada por si mesma”, avalia Dalcastagnè.

Depois vêm os que se pautam pela filosofia ou psicanálise, que são 19,9%; os que abordam o corpus via tradição literária, com 19,8%; e os que estudam literatura e outras mídias, com 6,9%. (Gomes apud Dalcastagnè, 2017, s.p.)

Os números que correlacionam a literatura ao campo das outras mídias falam por si. O que podemos inferir, portanto, a partir dos números apresentados é que ainda encontramos espaço e necessidade de pesquisar e analisar a literatura em relação aos outros campos do saber, no caso específico desse trabalho, com a comunicação social e suas contribuições para a análise das transformações que ocorrem em decorrência do surgimento das novas tecnologias de mídia, às quais estamos exaustivamente expostos nesse início de século XXI. Certamente cabe a nós, pesquisadores das Letras, a análise de obras e autores que fazem parte do corpo de estudo proposto pelo próprio campo,

¹¹ Para saber mais, acessar o link: <http://www.suplementopernambuco.com.br/artigos/1859-do-que-tem-tratado-a-critica-academica.html>.

mas também cabe a nós a pesquisa relativa à literatura e o que lhe é “externo” (se é que podemos pensar em binômios como intrínseco e externo em tempos atuais...) e, no meu caso, observar a transformação que acontece no hoje e no agora, à frente dos nossos olhos, na tela do computador e seu impacto sobre o papel.

É necessário, ainda, reafirmar a necessidade de estudo e investigação por parte dos pesquisadores de ciências humanas com relação ao uso e transformações sociais e culturais consequentes das novas tecnologias e das ciências tecnológicas. Parece-me que não basta usufruir delas, mas sim problematizá-las, investigar como elas modificam a maneira como vemos as artes, a política, tudo ao nosso redor. Investigar as possíveis relações entre a tecnologia e seus desdobramentos no campo literário, mais do que um natural interesse por um objeto de estudo (algo que, obviamente, tenho), representa para mim uma afirmação política da necessidade de ressaltar o valor das ciências humanas e suas contribuições para outros campos de estudo. Sobre a necessidade dessa valorização, Beatriz Resende nos afirma que:

A verdade é que, atualmente, não convencemos nem o Estado da importância vital das humanidades, mas também temos que enfrentar barreiras domésticas para fazer um jovem acreditar que, sem ciências humanas, sem artes, não olhamos adiante, ficaremos sempre na subalternidade de administrar crises. (Resende, 2017, p. 63)

É senso comum afirmar a valorização das ciências tecnológicas em detrimento das ciências humanas ainda em tempos atuais; paradoxalmente, é o que me faz acreditar na necessidade de permanência, de manutenção e de defesa do campo de estudo das humanidades, no meu caso, a interseção entre a arte (em especial, a literatura) e a tecnologia.

Este trabalho pretende investigar e trazer reflexões sobre essas relações, e mais do que propor respostas imediatistas para perguntas de um caráter tão multifacetado e complexo quanto a própria rede de informações em que vivemos, ele visa contribuir com questões que possibilitem a contemplação sobre esses tópicos, por vezes tão “esquecidos” em nosso cotidiano muti-informacional.

1

O lápis, o papel e a vaidade¹²**1.1.****Caetano Veloso estaciona o carro no Leblon nesta quinta-feira**

No dia 10 de março de 2011, o site de notícias Terra lançou uma manchete que surpreendeu muitos dos que procuram por notícias na internet. Ele divulgou algumas fotos em que o cantor Caetano Veloso aparece realizando algo absolutamente banal e cotidiano: estacionando o carro e atravessando a rua em um bairro carioca. A manchete é seguida de três fotos legendadas: na primeira, o cantor aparece de corpo inteiro, olhando para a esquerda, e a legenda da foto escolhida pelo jornalista é: “Caetano Veloso se prepara para atravessar uma rua do Leblon”. Na segunda, temos uma aproximação do fotógrafo, com Caetano já em movimento, e a legenda: “Caetano olha para o fotógrafo enquanto atravessa a rua no Leblon”. Na última foto da reportagem, ele está sentado em uma cadeira, aparentemente com algo em suas mãos, distraído. A legenda escolhida foi: “Caetano espera no estacionamento carioca nesta quinta-feira (10)”.¹³

O que causou estranhamento em grande parte do público, suscitando questionamentos dele, foi o óbvio: o que há de relevante nessa informação a ponto dela ser transformada em notícia? Por que algo tão banal deve virar manchete? Mesmo com tais questionamentos, continuamos a testemunhar o proliferação desse tipo de notícia, como “Chico Buarque compra baguetes para o lanche da tarde”¹⁴ – manchete que viralizou na época em que foi lançada, gerando comentários irônicos – e, acima de tudo, compartilhamentos e visibilidade - na rede social *Facebook*: “Comprou sua baguete como se fosse a última”, “E andou na fila do pão com o seu passo tímido”,

¹² O título desse capítulo foi extraído de uma fala do protagonista do filme argentino *O cidadão ilustre*, de Mariano Cohn e Gastón Duprat.

¹³ Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/gente/caetano-estaciona-carro-no-leblon-nesta-quinta-feira,41d3399ae915a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>.

¹⁴ Disponível em: <http://ego.globo.com/Gente/Noticias/0,,MUL1363727-9798,00-CHICO+BUARQUE+COMPRA+BAGUETES+PARA+O+LANCHE+DA+TARDE.html>.

“Seus olhos embotados de massa de pão e lágrima”, em claro trocadilho com os versos de “Construção”, famosa canção do artista. Em uma popular revista de *celebridades*, fartamente disponível em salas de espera de consultórios médicos e odontológicos, há uma sessão inteira que melhor ilustra esse aspecto de “gente como a gente” que a mídia contemporânea transmite aos seus leitores: nela, inúmeras fotos de atores e cantores amplamente conhecidos do público performatizando cenas cotidianas: “Atriz X faz compras no supermercado”, “Cantor Y também escova os dentes pela manhã”, “Atriz Z presa na fila de embarque no aeroporto Santos Dumont (RJ), carregando as próprias malas”, entre outras. Diante dessas publicações, a primeira pergunta que podemos nos fazer seria: o que elas estão fazendo ali? Por que publicar esse tipo de assunto?

Uma possível resposta seria: porque a publicação do cotidiano de *famosos* e *celebridades* incita a curiosidade do público, o que promove não somente as vendas dos veículos responsáveis pela matéria, mas também a visibilidade deles e do artista – é um jogo, onde todos ganham. A aura “gente como a gente” é instaurada, afirmando-se como uma realidade, e o real, ou aquilo que se mostra como real, vende. Como nos indica Vera Lúcia Follain de Figueiredo, em *Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema*, a busca pelo “real” tem aparecido com frequência na cultura do início do século XXI, e dentro desse contexto, tanto pessoas famosas quanto anônimas cada vez mais vêm buscando espaços para mostrar “a vida real” através da constante publicação de atos aparentemente banais, e as “curtidas” e o interesse por esse tipo de publicação é bastante relevador e sintomático.

O sucesso de programas como “Big Brother” em vários países (vale ressaltar que o alcance desse programa não é restrito às televisões nacionais ¹⁵) – bem como outras formas de *reality shows* como “Master Chef”, “Dança dos Famosos”, “The Voice Brasil” e uma infinidade de variações sobre o gênero somente reforçam a ideia de que existe a demanda por um “real” consumível, que prontamente é disponibilizado pela mídia e pelo mercado. No caso específico do programa *Big Brother Brasil*, por exemplo, que em 2017 já estava na sua 17ª edição, ainda que especialistas indiquem uma queda na audiência do programa em relação às suas edições anteriores, ele

¹⁵ Para mais informações a respeito, <https://www.terra.com.br/diversao/tv/ha-dez-anos-big-brother-faz-sucesso-em-mais-de-40-paises,d7e9a91b1dd8a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>.

registrou a média de 34 pontos no Ibope (SP) – e de 35 no Rio de Janeiro, em episódios como a expulsão de um dos seus participantes por agressão física à sua então namorada, outra participante, que acabou vencendo a edição.¹⁶ Se levarmos em conta o panorama de multiplicidade de opções de lazer disponíveis, e toda a concorrência que a televisão aberta sofre hoje em dia com os programas disponibilizados na internet e nos canais sob demanda, por exemplo, podemos considerar essa audiência bastante alta.

Dentro dessa perspectiva brevemente mostrada, como ficam os artistas, em especial os autores de literatura, dentro desse complexo campo onde temos conceitos como fama, celebridade, mídia e mercado totalmente entrelaçados? Como o autor contemporâneo consegue visibilidade para si e, portanto, para a sua obra? Para alguém que vive de criar a ficção, como se configura seu trabalho e que possíveis formas podem ser exploradas ao utilizar a “realidade” não somente como fonte de criação para a obra, mas também como forma de divulgar o seu trabalho?

Recentemente¹⁷, o cinema argentino debruçou-se sobre o assunto, ainda que de forma ficcional, com o lançamento do filme “O Cidadão Ilustre”, de Mariano Cohn e Gastón Duprat. Daniel Mantovani (interpretado por Oscar Martínez), um renomado escritor argentino, recebe o Prêmio Nobel de Literatura por suas obras, que tratam de temas universais, apesar de terem como ambientação a cidade de origem do escritor, Salas (província de Buenos Aires). Ao receber o prêmio, ainda onde, entre outras reflexões, aponta como a láurea da academia sueca pode gerar o silenciamento de um artista, uma vez que o processo de canonização dele pode retirar-lhe a potência libertadora da arte.

Dois sentimentos me invadem ao receber o Prêmio Nobel de Literatura. Por um lado, sinto-me lisonjeado. Muito lisonjeado. Mas, por outro lado, e este é o sentimento amargo que prevalece em mim, tenho a convicção de que esse tipo de reconhecimento unânime se relaciona, de maneira direta e inequívoca, com o declínio de um artista. Esta premiação prova que minha obra é compatível com os gostos e as necessidades de jurados, especialistas, acadêmicos e reis. Obviamente, sou o artista mais confortável para vocês. E esse conforto tem pouco a ver com o espírito que uma obra artística deve ter. O artista deve questionar, impactar. Por isso, me arrependo por minha canonização final como artista. Contudo, o sentimento mais persistente, o simples orgulho, me conduz, hipocritamente, a agradecer a vocês por estabelecerem o fim da minha aventura criativa.

¹⁶ Dados retirados do site: <http://veja.abril.com.br/entretenimento/expulsao-de-marcos-rende-melhor-audiencia-ao-bbb-em-2-anos/>.

¹⁷ O filme “O cidadão ilustre” é de 2016.

Mas, por favor, não quero que pensem que os culpo, ao dizer isso. Nada disso. Aqui há um único responsável. Sou eu mesmo.¹⁸

Por dizer algo tão surpreendente e imprevisível, a plateia reage de forma tensa, com um silêncio de alguns segundos, que é seguido de retumbantes palmas. A câmera, em close, se fixa no rosto do protagonista, que discretamente sorri, sugerindo que, talvez, aquilo não passasse no final das contas de um discurso apenas, uma pequena travessura de *enfant terrible*, uma performance.

Cinco anos depois, o escritor não consegue, de fato, escrever, e apesar de ainda possuir inúmeros compromissos, decide cancelá-los e voltar à sua terra natal. Há um velho carro à sua espera no aeroporto, que quebra quando o motorista decide pegar um atalho. Na falta de um pneu estepe, eles não têm como continuar a viagem, e a única saída é esperar por socorro em um lugar deserto. É nesse ambiente em que o escritor vivencia duas cenas emblemáticas com relação às suas obras: na primeira, ele arranca algumas páginas do seu livro para acender uma fogueira: “Que cena brega. Queimando meus próprios livros para sobreviver.” Posteriormente, o taxista improvisado resolve usar, a contragosto do autor, algumas páginas do seu romance como papel higiênico.

Ao chegar a Salas, tudo é kitsch: do excesso de estampas floridas à foto da Evita Péron sobre o difusor de ar, do desfile no carro do Corpo de Bombeiros ao powerpoint com a descrição de sua vida, tudo parece colocar-se como um contraponto à sofisticação e à sobriedade do autor homenageado, o Cidadão Ilustre de Salas. Ao ser perguntado da razão por ter demorado tanto tempo a voltar, ele coloca que queria “voltar à cidade como quem entra em um cinema”. Podemos notar que já nesse ponto, o escritor se coloca como um espectador de um espetáculo ficcional, e não como parte atuante dele, deixando o espectador do filme no papel de um ‘segundo espectador’, sugerindo que o que está sendo visto, a partir daquele ponto, pode ser somente um ponto de vista, uma percepção do protagonista – ou sua imaginação, apesar da narrativa não ser contada em primeira pessoa, e, sob este aspecto, já podemos perceber o embricamento entre realidade e ficção que será corroborado no final do filme.

¹⁸ Minuto 2’52” do filme O Cidadão Ilustre, de Mariano Cohn e Gastón Duprat.

Por conta de um mal-entendido durante um concurso de arte onde era júri, além de um (ou dois?) triângulo (s) amoroso (s) mal-resolvido(s), o ambiente vai ficando cada vez mais hostil, tenso e claustrofóbico. Suas aulas públicas vão ficando cada vez menos frequentadas à medida que ele vai se tornando cada vez mais deslocado, impopular, persona non-grata, um cidadão ilustre que já não é tão mais ilustre assim, pois incomoda. Nesse contexto, o discurso sustentado por ele é que a vida e a obra do escritor devem ser consideradas em separado, a função-autor, em outras palavras, não deve ser contemplada pelo viés de seu sujeito empírico.

Vamos supor que seja verdade o que dizem. Que sou esse monstro que eles descreveram. Isso me invalida como artista? Eu escrevo literatura, livros, ficções. Não escrevo panfletos sobre comportamento ético. Muitas atitudes desprezíveis de alguns dos meus personagens, infelizmente, fazem parte do mundo em que vivemos. Se meus personagens fazem isso, não significa que eu aprove ou desaprove esse comportamento. Os autores de livros policiais aprovam o assassinato?

(Uma pessoa o interpela): Então por que não escreve sobre coisas bonitas?

Me rendo. Eu me rendo. Sua pergunta coloca minha vida de escritor em questão.¹⁹

O embate entre o autor e aquilo que ele representa (o homem civilizado, intelectualizado, racional, além dos seus posicionamentos sobre a arte e a política cultural) e sua cidade natal (o conservadorismo, a brutalidade, o grotesco) é acirrado na noite da premiação das obras de arte da cidade, onde ele se reafirma como um observador de “uma sociedade hipócrita e estupidamente orgulhosa de sua ignorância e brutalidade”.²⁰

Já vou, mas quero dizer mais uma coisa. Confesso que não me chateia ter opositores que me desprezem com tanta veemência. Apesar da enorme brutalidade dessas ações, sinto uma satisfação íntima diante da expressão da cidade contra o estabelecido. Ou seja, eu mesmo. Mas, vamos ao ponto. Como observador assíduo da comédia humana, sinto que é minha obrigação tentar fazer desse mundo um lugar menos horrível. Sei que é uma batalha perdida, mas não significa que vou deixar de lutar. Continuem assim. Que aqui nunca mude. Continuem sendo uma sociedade hipócrita e estupidamente orgulhosa de sua ignorância e brutalidade.²¹

¹⁹ Minuto 1h 07'40" do filme O Cidadão Ilustre, de Mariano Cohn e Gastón Duprat.

²⁰ O embate entre o “homem civilizado” com a “brutalidade” é temático de outros filmes de Gastón Duprat, como, por exemplo, “O homem ao lado” (2011).

²¹ Minuto 1h 36'08" do filme O Cidadão Ilustre, de Mariano Cohn e Gastón Duprat.

Nesse ponto da narrativa, há também o embate entre o escritor e os dois homens que foram (ou se consideraram) traídos por suas companheiras com Daniel, e um ajuste de contas, onde ele é atingido por um tiro. O corte na cena nos leva para o final do filme, um lançamento/coletiva de imprensa sobre o novo livro de Daniel Mantovani, intitulado “Cidadão Ilustre”. Nesse final, nenhuma explicação sobre o que aconteceu com o tiro no protagonista, o que deixa a dúvida no espectador sobre o que ele realmente vivenciou e o que foi criado, o que é reafirmado por seu discurso final: “A realidade não existe. Não existem fatos e sim interpretações. A verdade, ou o que chamamos de verdade, é uma interpretação que prevalece sobre as outras.” Nessa fala, vale ressaltar o aforismo do protagonista sobre a profissão de escritor: “Todos os escritores são egocêntricos, autorreferentes, narcisistas e vaidosos. Acho que é uma ferramenta essencial para a escrita. O lápis, o papel e a vaidade. Não podemos escrever sem isso”²².

Esse filme desdobra, portanto, questões que têm frequentemente sido levantadas nos estudos literários, como o embricamento entre realidade e ficção, a canonização da arte e do artista e a perda da potência (ou, em alguns aspectos, da originalidade), a perda da aura mítica da obra, a confusão entre função-autor e sujeito empírico, o ego do escritor genial. Ele nos serve como ponto de partida para contextualizar alguns assuntos que serão tratados nesse capítulo. Nesse momento, nos interessa destacar com maior relevância a última questão: a que trata de “o lápis, o papel e a vaidade” – ou como Daniel Mantovani poderia ter estacionado no Leblon e ter virado notícia por isso.

1.2.

Mobilis in mobili²³ – as mudanças na subjetividade

O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens.

Guy Debord

²² Minuto 1h 47'03" do filme O Cidadão Ilustre, de Mariano Cohn e Gastón Duprat.

²³ Mobilis in mobili é uma expressão que aparece em *Vinte Mil Léguas Submarinas* – “movente em tudo que move” – uma qualidade necessária para sobreviver em uma época de múltiplas mudanças resultantes da revolução tecnológica em curso.

O ritual é quase sempre o mesmo: o lançamento de um livro é divulgado através, principalmente, das redes sociais, em especial, obviamente, no perfil do autor e da editora, assim como no perfil de outros autores que possuem algum tipo de ligação com o autor ou com a obra (escreveram orelha ou texto de apresentação, por exemplo). No dia do lançamento, várias fotos, muitas *selfies*, são tiradas no momento do autógrafo – acompanhamos, muitas vezes em tempo real, quem esteve ali, qual era o tamanho da fila de autógrafos.²⁴

Na contemporaneidade, acompanhamos o fortalecimento da figura do autor como uma das formas de trazer visibilidade à obra. Faz-se necessário ressaltar aqui que esse fenômeno não é exatamente novo na literatura, se levarmos em consideração o processo de enaltecimento da figura do autor no final do século XVIII e início do século XIX, processo que foi analisado, por exemplo, por Tom Mole em “Byron’s Romantic Celebrity – Industrial Culture and The Hermeneutic of Intimacy”. Nele, ele aponta como a figura do escritor inglês Lord Byron foi explorada em jornais da época, de modo a construir sua intrigante personalidade midiática. Poderíamos apontá-lo, de acordo com essa obra, com um dos primeiros autores a serem içados ao panteão de autores geniais, a exaltação da personalidade única capaz de criar obras de literatura originais, através de um “dom maior”. O que há de novidade, portanto, ao falarmos de fortalecimento da figura do autor na contemporaneidade? Podemos apontar, primeiramente, que a revolução tecnológica trazida pela informática ao campo da comunicação facilitou a interação entre autores e leitores, ou, colocando de uma forma mais precisa: facilitou que o leitor acompanhasse a vida dos autores com um toque na tela do *smartphone*, a qualquer hora, em qualquer lugar. Ao contrário do que acontecia com os escritores românticos e tantos outros, que tinham feitos históricos ou aspectos interessantes ou pitorescos da sua personalidade expostos pela mídia, nos tempos atuais encontramos o próprio autor divulgando-se nas redes sociais de maneira constante – não grandes feitos, mas sim seu cotidiano. Se antes tínhamos, portanto, a construção

²⁴ Abro um parêntese para contar uma experiência pessoal: ao conversar sobre o tema com uma norte-americana, que trabalhava no Brasil com mercado editorial, ela afirmava que os lançamentos nos EUA em nada se parecem com os brasileiros: lá, o livro é lido antes do dia do lançamento, e a data do lançamento do livro é uma conversa entre o autor e os leitores que leram – ou estão lendo – o livro, um debate sobre a obra em si. De nenhuma forma, pretendo generalizar: isso foi somente um testemunho colhido.

da imagem de alguém diferenciado, alguém especial, hoje temos quase o inverso: a construção da imagem de alguém comum, que aproxima o autor de seus leitores. Esse embricamento entre a função-autor e o seu sujeito-empírico, apresentado nos perfis de autor em redes sociais, dialoga com o leitor como um “amigo”, criando uma noção de proximidade e “intimidade” que não existia até então, dando novas nuances ao já preexistente fetiche do leitor em relação ao autor. É essa “amizade”, por muitas vezes, que impulsiona o leitor ao comparecimento do lançamento do livro, armado com seu celular para registrar, com *selfies*, a imagem do autor sorridente do seu lado, com a obra nas mãos. “A propaganda é a alma do negócio”, já nos ensinavam os primeiros mestres do marketing no século anterior, e nas redes sociais ela se dá, por muitas vezes, de maneiras muito mais sutis do que poderíamos imaginar.

Não foi somente a maneira como a imagem do autor é construída pela mídia e o acesso a essa imagem que mudou. A revolução tecnológica, com o advento das novas mídias, impulsionou a publicação de imagens como nunca antes foi possível. Para ser ter uma ideia do alcance da publicação de imagens em redes sociais, podemos utilizar o exemplo do *Instagram*, atualmente a maior rede social de compartilhamento de imagens (fotos e vídeos) no mundo: em 2016, a rede social ultrapassou o número de 500 milhões de contas ativas por mês. Se comparado ao *Facebook*, com mais de um bilhão de usuários ativos por mês, esse número ainda é pequeno, mas seus índices apontam crescimento. Desse público, 35 milhões são brasileiros, 7% do total. O número de pessoas que navegam por dia no mundo chega a 300 milhões, que geram mais de 95 milhões de fotos por dia, com mais de 4 bilhões de “curtidas”²⁵. São números astronômicos que Walter Benjamin, ao analisar a reprodutibilidade técnica²⁶, talvez jamais tenha imaginado.

Podemos afirmar, nesse contexto, que vivemos, mais do que nunca, imersos em imagens, incluindo as virtuais; sendo que as últimas vêm ganhando cada vez mais força

²⁵ Dados retirados do site G1, disponível em <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/instagram-ultrapassa-os-500-milhoes-de-usuarios.html>. Acessado em: 25/11/2017, 14:38h.

²⁶ É sempre interessante pontuar que Walter Benjamin analisou em *A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica* as transformações no campo artístico com a possibilidade de reprodução de uma obra, mas o suporte ainda era físico. Ainda que hoje vivenciemos outros suportes, que propõem outras discussões, acredito que esse artigo ainda é de grande relevância para pensarmos a imagem (de maneira geral) na contemporaneidade, o que, contudo, não é o objetivo desse trabalho, pois penso especificamente na imagem do autor.

com o passar dos anos. Como um autor pode conseguir visibilidade em um campo tão múltiplo? Poderíamos pensar que essa visibilidade se dá por diferentes caminhos: através da divulgação constante de imagens suas, para que ele fique constantemente aparecendo na *timeline*²⁷ dos leitores, divulgação de fotos dele com leitores, em eventos literários de relevância, fotos dos seus livros, do seu cotidiano. Em último caso, transformando seu nome de autor em uma *hashtag*²⁸. Tornar-se uma celebridade literária através das mídias digitais é algo tão interessante que pode até mesmo chegar ao ponto da abreviação – ou, como podemos especificar, da subtração de partes do processo de escrita, como a leitura, como veremos a seguir.

É senso comum que autores devem ser leitores cuidadosos e, mais do que isso, ávidos. Espera-se que um autor seja alguém que lê bastante, utilizando, inclusive, essas leituras como parte do seu processo de aperfeiçoamento na profissão de escritor. Não são poucas as listas que enumeram livros para serem lidos aos aspirantes à profissão de escritor, títulos como “Para ler como um escritor”, de Francine Prose, “Cartas a um jovem escritor”, de Mário Vargas Llosa, “Vida de escritor”, Gay Talese, “A filosofia da composição”, de Edgar Allan Poe, entre outros²⁹. No entanto, em recente artigo do portal *Homo Literatus*, encontramos um dado, no mínimo, curioso: o de pessoas que pretendem escrever livros (em alguns casos, trilogias), lendo menos de quatro livros por ano. Intitulado como “A misteriosa geração de escritores que não querem ler”³⁰, o texto de Ana Luiza Figueiredo aborda a necessidade da leitura na profissão, e que essa parte do processo de formação do escritor é tão importante quanto a de aprender como consolidar sua carreira literária ou como divulgar sua imagem na mídia. O alerta da autora nos faz refletir, de alguma forma, sobre a existência de autores que talvez estejam mais preocupados com a carreira e com a imagem do que com o próprio fazer literário.

²⁷ Definição de timeline – linha do tempo em redes sociais.

²⁸ Definição de hashtag – termo que designa uma palavra-chave em textos virtuais. As hashtags são utilizadas para categorizar os conteúdos publicados nas redes sociais, ou seja, cria uma interação dinâmica do conteúdo com os outros integrantes da rede social, que estão ou são interessados no respectivo assunto publicado. Definição disponível em <https://www.significados.com.br/hashtag/>

²⁹ Listas disponíveis nos sites: <http://homoliteratus.com/guia-de-sobrevivencia-5-livros-para-quem-deseja-aprender-a-escrever-ficcao/>

<http://blog.estantevirtual.com.br/2012/07/25/no-dia-do-escritor-livros-sobre-a-arte-de-escrever/>

³⁰ Disponível em <http://homoliteratus.com/misteriosa-geracao-de-escritores-que-nao-querem-ler/>

Quando abordamos a questão da imagem do autor, torna-se bastante difícil não lembrar de Phillip Lejeune, ao explorar o assunto em “A imagem do autor na mídia”³¹. Segundo ele, vivemos uma imersão: aos leitores de antigamente, quando desejosos de saber uma pouco mais do autor, sobravam algumas “pistas” sobre seu sujeito empírico em algumas publicações de jornais e, muitas vezes, nas próprias obras desses autores; o resto, a imaginação do leitor preenchia. Hoje, com o aparato das novas tecnologias, quase nada sobrou para ser imaginado: está quase tudo divulgado por ele mesmo. A inversão da qual Lejeune trata está baseada justamente nessa ausência/superpresença de informações: antes, o leitor conhecia a obra e posteriormente o seu autor, hoje, com as mídias digitais, podemos experimentar justamente o oposto.

Diante desse panorama de exposições de perfis com o possível objetivo de formação de um público leitor, é interessante destacar alguns artistas que percorrem um caminho quase antagônico ao da superexposição: o do anonimato e/ou pouca exposição em mídias.

O caminho do anonimato, assim como o da exposição, não configura como algo recente no campo artístico. Em *O Pintor da Vida Moderna*, o escritor Charles Baudelaire discorre sobre a potência artística de um pintor anônimo, denominado por ele Sr. G, exaltando-o não como um *artista*, mas como um *homem do mundo*³²: alguém com uma grande capacidade de observação do que está ao seu redor. De acordo com Baudelaire, sua assinatura não está em seu nome de artista, mas em como compõe seus retratos do cotidiano. Um anônimo que retratava os passantes, a rua, os momentos do dia-a-dia do parisiense, e, através disso, possibilitou um grande panorama da época. Apesar de não serem assinados, eram facilmente reconhecíveis como de sua autoria por conta do seu estilo artístico, que se diferenciava do vigente na época. Ele despertou assim a atenção do crítico Baudelaire, que teceu comentários elogiosos sobre suas obras.

Se no Sr. G., tão bem analisado por Baudelaire, temos a questão do anonimato, ela parece ressurgir no início do século XXI através da obra de Banksy, o artista urbano anônimo que se destaca por suas intervenções, predominantemente feitas em estêncil,

³¹ Capítulo do livro *O pacto autobiográfico*.

³² As duas expressões em itálico referem-se a palavras do próprio Baudelaire.

nas ruas inglesas. Em sua biografia, consta que inicialmente o anonimato era por uma questão legal, mas que logo o artista entreviu as possibilidades de sucesso midiático ao permanecer anônimo, o que desperta a curiosidade de quem segue seu trabalho – o fetiche do autor. Com um estilo questionador marcado pela irreverência, pela predominância das cores preta e branca e pela apropriação de imagens simbólicas do sistema capitalista e da cultura de massa, Banksy apropria-se também da rua enquanto tela de suas obras: seu público é o público que passa, é a multidão que se desloca pelas ruas, tal qual o Sr. G. O artista não se contenta mais em retratar as ruas, ele as toma para si enquanto lugar de exposição do seu trabalho. Do atelier, uma esfera privada do artista do século XIX, que retratava o cotidiano das ruas, temos a mudança para a rua enquanto espaço de criação artística, uma ocupação que nem sempre pode retratar o cotidiano, mas faz parte dele, por seu ambiente público. São tão intrigantes nos dias atuais as questões levantadas com o aparecimento de Banksy (tanto a relativa à identidade quanto as que são relacionadas às suas obras), que um documentário foi produzido acerca do assunto – *Saving Banksy* – abordando prioritariamente como algumas obras produzidas pelo artista (grafites nos muros) são retiradas e vendidas a colecionadores particulares, provocando uma discussão sobre apropriação cultural, além do questionamento sobre mercantilização de obras oriundas da cultura do grafite.

Ao colocar a figura de uma criança “grafitando” a expressão popular que “Se você repetir uma mentira o suficiente, ela se torna verdade” para “Se você repetir uma mentira o suficiente, ela se torna política”³³ (arte intitulada *Mentira Política*), Banksy coloca em cena o questionamento do discurso político vigente e das construções ideológicas no campo político – não passam de mentiras, ficções, das quais a atitude a ser assumida é de correção, da ação de sobrescrita por parte de qualquer cidadão. A arte urbana possui esse caráter por muitas vezes político, levando em conta o espaço de exposição público que favorece a repercussão do que é mostrado.

³³ Acessível em: <https://i.pinimg.com/736x/1d/1b/b1/1d1bb18e59a4dbe960508b8d1a2d042a.jpg>.

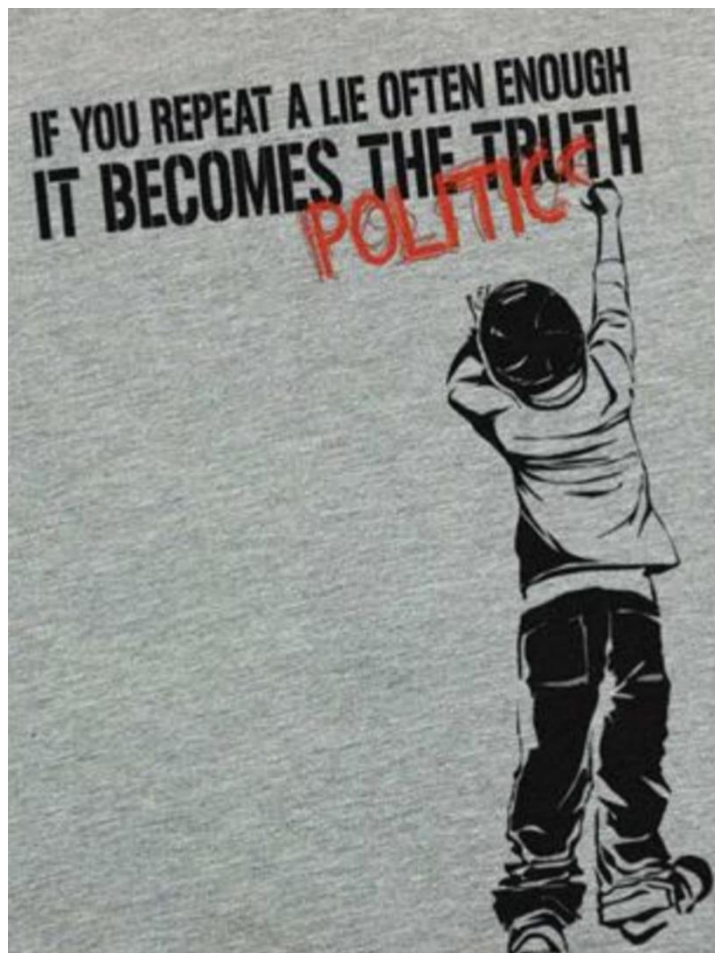


Figura 1 - Mentira política, Banksy.



Figura 2 - May the police force be with you, Az.

Az é outro artista anônimo que procura apropriar-se do espaço público, tal qual Banksy, uma influência direta no seu trabalho, para desdobrar questionamentos sobre cultura de massa, política e poder instituído. Ao colocar em cena, como podemos ver na imagem³⁴, a polícia, que representa o movimento de vigilância das ruas (é interessante destacar que, enquanto um age, o outro policial observa quem potencialmente poderia estar acompanhando a cena), agindo em conjunto com o vilão da trilogia *Star Wars*, Darth Vader, e tendo como pano de fundo o recado *May the police force be with you* (Que a força policial esteja com você), ele parece querer alertar para as possíveis relações entre os representantes do Estado, do poder oficial, e a cultura de mídia. Subjugado às duas forças, um cidadão anônimo parece “se debater”. Diante de tantas forças que representam o poder, ele parece relutar: é necessário resistir. É necessário que a multidão que ali passa resista.

O anônimo Sr. G. transgrediu ao retratar cenas do cotidiano, algo incomum para os artistas da época. Os grafites de Banksy e Az também são chamados à transgressão,

³⁴ Acessível em: <https://external-preview.redd.it/xtjLoFQia55qB93CXXx9alvHCtLL7g0GW2Iecymy94.jpg?s=c479fd768ddbbbc7228d143e44783ae73dc114aa>.

a uma reflexão e mudança de atitude dos que passam em frente à obra. Nos dois casos, a ausência do nome (real) do artista também são, em última análise, propostas de transgressão à lógica da exposição.

No campo literário, podemos citar alguns nomes de autores que preferem permanecer longe dos holofotes, adotando, assim, uma postura de relativa transgressão à necessidade (ou pressão) por exposição midiática³⁵, conforme podemos verificar ao ler o artigo *O artista está presente*³⁶, de João Lourenço, publicado no blog da Companhia das Letras. Nele, é interessante destacar como o autor corrobora as necessidades dos tempos atuais de exposição da figura do autor na mídia: “Seja por pressão de agentes, editores ou até mesmo dos leitores, a maioria dos escritores em atividade que admiro mantêm uma conta ativa nas redes sociais. Tudo virou performance. Escrever não basta. (...) Precisam de *likes, followers*.” - João refere-se ao uso das redes sociais como forma de se manter visível constantemente, indo além: “Alguns, arrisco dizer, conseguem se expressar melhor em eventos do que nas páginas dos romances.”

Para abordar alguém que seria a antítese desse comportamento, ele relembra a figura do escritor americano Thomas Pynchon, que teria sido recentemente lançado pela editora Companhia das Letras, notório por não gostar de dar entrevistas e por raríssimas aparições em público. Ao concluir seu texto, ele questiona que cada vez mais existe uma demanda por parte do público não somente pela presença do autor, mas também por suas opiniões: em “tempos sombrios” (expressão de João Lourenço), é necessário que o autor apareça e dê voz ao que pensa, expressando-se não somente através da arte.

Estar presente, ou ser visível, é um conceito que não permaneceu estático ao longo do tempo, como nos lembra Paula Sibília, em *O show do eu*. É importante ressaltar que, para a autora, seria limitado pensar que essa super visibilidade, comum nos dias atuais, fosse somente explicada pelo viés do narcisismo inerente à condição

³⁵ Faz-se necessário pontuar aqui o que chamamos de relativa transgressão. Ela é relativa uma vez que consideramos o fenômeno do escritor não querer a superexposição e, com isso, acabar despertando a curiosidade da mídia justamente para esse aspecto “exótico” da sua personalidade. Há casos, inclusive, de apropriação da mídia com relação a esse tipo de ‘ausência’ do escritor, que, por muitas vezes, é acusado de querer aparecer desaparecendo.

³⁶ Disponível em: <http://www.blogdacompanhia.com.br/conteudos/visualizar/O-artista-esta-presente>.

humana – é necessário pensar sobre como essas transformações estão veiculadas à mudança do estilo de vida dentro da cidade, em como o homem moderno passou a ser o homem contemporâneo:

Considerando as dimensões e os incalculáveis efeitos dessas transformações, são insuficientes algumas tentativas, bastante habituais, que procuram explicar a súbita exposição da intimidade na mídia, nas artes e no cotidiano como sendo apenas um aprofundamento de certo narcisismo sempre latente, temperado com atitudes igualmente eternas na condição humana como o voyeurismo e o exibicionismo. (Sibilia, 2016, p. 127)

Portanto, seria ingênuo acreditar que o autor contemporâneo se expõe mais por uma razão meramente narcísica – apontamos anteriormente a própria necessidade do mercado editorial como um fator bastante relevante ao examinar o fenômeno, entre outros.

Entre esses outros fatores, podemos citar o desenvolvimento de tecnologias que permitem que o contato com o público seja maior, mais interativo (apesar de massificado) e em um curto período de tempo. Com um clique, um leitor “curte” a página de um autor em uma rede social e passa a acompanhá-lo sempre que quiser, pois a informação estará sempre presente.

Faz-se necessário retornar à subjetividade do homem moderno e sua transformação no século XXI. Segundo Sibilia, foi no interior da casa que o homem moderno floresceu, e, com isso, a sua noção de intimidade psicológica, guardada por si e pela casa – tudo era protegido pelas paredes domésticas, e a relação com o exterior, e, portanto, com o que era público, era bastante diferente de como se configura nos tempos atuais. Protegido por essas paredes, ele cada vez mais conseguia interiorizar-se, separando-se do ambiente urbano. Existia, dentro dessa perspectiva, claramente uma cisão com o que “acontecia fora” (rua, cidade) e o que “acontecia dentro” (em uma primeira perspectiva, na casa, mas podemos aprofundar também para o eu). A introspecção, por muitas vezes, pode ser apontada como uma característica de época:

Era preciso buscar e conceder um sentido, tanto a *minha vida* como ao seu protagonista: *eu*. Na solidão do quarto próprio – ou, para os menos afortunados e afortunadas, onde quer que se encontrassem a tão cobiçada solidão -, o sujeito moderno podia mergulhar

na própria opacidade interior, a fim de delinear no papel os resultados de tais sondagens e, assim, criar-se. (...) (Sibilia, 2016, p. 142)

Havia, de acordo com a pesquisadora, portanto, um espaço e, acima de tudo, uma valorização do intimismo que certamente influenciou as artes da época, mais notadamente a literatura. Era necessário um eu artístico original e denso, sempre observado pelo próprio artista, para se poder criar algo artisticamente, vivia-se o *eu* para si mesmo, por assim dizer, e esse *eu* era retratado no campo artístico.

Com o desenvolvimento progressivo de novas tecnologias, bem como mudanças no modo de produção e do estilo de vida urbano, noções como introspecção e intimidade sofreram transformações. Paulatinamente, elas foram dando espaço para conceitos como visibilidade, alteridade e performance, ao ponto de produzir notícias, no mínimo, curiosas, como o registro de que no ano de 2015 fotos *selfies* mataram mais seres humanos do que ataques de tubarões³⁷ - pessoas que morreram ao distraírem-se enquanto tiravam fotos de si mesmas. Da viagem dos sonhos ao prato do dia, todo o cotidiano é performatizado e transformado em assunto para as redes sociais, que cada vez mais lucram ao distribuírem informações sobre seus usuários, as “celebridades” das redes. Viver virou a grande performance, onde cada um narra a sua própria história. Nada mais interessante para um escritor de ficção, um campo onde ele também possa narrar as dele:

Atualmente, porém, nestes inícios do século XXI, o mundo ocidental atravessa sérias transformações que afetam modos com que os indivíduos configuram suas experiências subjetivas. O *homo privatus* se dissolve ao projetar sua intimidade na visibilidade das telas, e as subjetividades introdirigidas se extinguem para ceder a passagem às novas configurações alterdirigidas. Neste contexto, percebe-se que até mesmo a crença no papel seminal – ou, inclusive, da própria existência – daquela interioridade individual, outrora tão viva e pulsante, encontra-se agora enfraquecida. Nessa encruzilhada se abrem os caminhos para novas possibilidades, ainda difíceis de serem apreendidas e mapeadas com mão firme, embora já evidentes em suas primeiras manifestações. (Sibilia, 2016, p.149)

³⁷ Manchete: *Selfies já matam mais seres humanos do que ataques de tubarões*, disponível em <http://epoca.globo.com/vida/experiencias-digitais/noticia/2015/09/selfies-ja-matam-mais-humanos-do-que-ataques-de-tubaroos.html>.

Dessa maneira, a noção de intimidade parece sofrer abalos quando pensamos na subjetividade do homem contemporâneo. De acordo com a autora, o que antigamente permanecia oculto, fora do campo de visão, hoje é exposto, uma vez que quanto mais você se expõe, mais você aparece, e o verbo *aparecer*, na pluralidade de informações disponíveis na atualidade, tem sido bastante valorado tanto no mercado quanto na existência. Um dos casos de mídia mais recentes que corrobora a afirmação anterior é o de Bruno Borges, que foi chamado nas redes sociais de “menino do Acre”, um fenômeno de visibilidade no mercado editorial (e, principalmente, na mídia) no ano de 2017. Após o seu estranho sumiço, deixando para trás um quarto com dizeres em código, uma estátua de Giordano Bruno e uma obra composta por quatorze volumes, intitulada pelo autor de *TAC – Teoria de Absorção do Conhecimento (Arte e Vida)*, ele conseguiu se tornar assunto tanto na mídia digital quanto televisiva. O primeiro volume foi lançado enquanto ele ainda estava desaparecido, e chegou a entrar na lista de mais vendidos de autores de não-ficção em julho (fonte: site PublishNews).³⁸ Segundo a Amazon, ele já ultrapassou a casa de 20.000 livros vendidos e já está na segunda edição.³⁹ Ao retornar para casa, sem dar maiores explicações à imprensa de onde esteve, foi acusado de golpe de marketing, uma vez que seu “desaparecimento” gerou visibilidade e, por conseguinte, espaço para lançamento da obra. “No futuro, todos terão seus quinze minutos de fama”, profetizou o artista visual Andy Warhol. O conceito em questão talvez já não seja o de fama, e sim, o de visibilidade – quinze minutos de visibilidade, por dia, geram muito.

1.3.

O futuro e os quinze minutos de fama

Podemos afirmar que a internet ampliou tanto o espaço de publicação quanto o de divulgação de obras literárias. No entanto, proliferam no campo virtual, em perfis de *Instagram*, de *Facebook* e em blogs aqueles que desfrutam dos quinze minutos de

³⁸ Para maiores esclarecimentos, visitar: <http://www.hypeness.com.br/2017/07/primeiro-livro-do-estudante-desaparecido-do-acre-sera-finalmente-lancado-em-evento-fechado/>.

³⁹ Para maiores esclarecimentos, visitar: <https://www.amazon.com.br/Tac-Absor%C3%A7%C3%A3o-Conhecimento-Best-seller-Brasileiro-ebook/dp/B075WNGZRH>.

fama literários. Recentemente, um caso que vale a pena ser destacado é o do *youtuber* e *digital influencer* Felipe Neto, que possui quase treze milhões e meio de seguidores no seu canal de *Youtube* e levou multidões para a sessão de autógrafos do seu livro, uma autobiografia dos seus 29 anos, na Bienal do Livro do Rio de Janeiro em 2017.⁴⁰ O livro consta como um dos mais vendidos na categoria não-ficção, de acordo com o site PublishNews. A primeira tiragem foi de cem mil exemplares.

Como fazer que a obra de um autor sobressaia nesse imenso emaranhado de informações que encontramos na mídia, inclusive digital? John B. Thompson nos lembra, em seu livro *Mercadores de Cultura*, que a diversificação dos produtos de entretenimento está ligada ao declínio dos hábitos de leitura:

Com a avalanche de novos títulos sendo lançados toda semana, o leitor depara com um excesso de livros à sua escolha – basta entrar em qualquer livraria para testar isso. Com a proliferação de novos produtos de mídia e com o surgimento da internet, o consumidor se vê diante de muitas novas exigências de tempo e de renda disponíveis. Livros são apenas um tipo de produto de mídia, que disputa a atenção entre tantos outros produtos mais extravagantes, mais ruidosos, mais ousados, oriundos da era eletrônica. (Thompson, 2013, p. 264/265)

Com esse panorama, uma das possibilidades exploradas pelo mercado é o fortalecimento do nome do autor através de sua presença nas mídias digitais: seus comentários em perfis de redes sociais criam para o leitor uma ilusória sensação de interatividade com o autor. Ilusória porque, por muitas vezes, quem responde aos comentários dos leitores na internet não seria o sujeito empírico, como podemos acreditar em um primeiro momento, mas sim o embricamento entre o sujeito empírico⁴¹ e a função autor⁴². Quem responde, por muitas vezes, é um personagem de si mesmo, criado para atender às expectativas do público, para atender às demandas de mercado.

Escritores famosos sempre existiram e podemos citar inúmeros: Machado de Assis, por exemplo, alcançou a fama literária em seu tempo, o valor de suas obras foi reconhecido enquanto o escritor ainda era vivo. Logicamente, havia uma curiosidade

⁴⁰ Para maiores informações, verificar:

<https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/felipe-neto-arrasta-centenas-de-fas-a-bienal-do-livro.ghtml>
<https://vejario.abril.com.br/cidades/confira-as-sessoes-de-autografos-mais-aguardadas-da-bienal-2017/>

⁴¹ Conceito retomados da obra de Michel Foucault, *O que é um autor?*

⁴² Idem.

natural do seu público leitor sobre a sua vida, mas essa curiosidade era gerada a partir da leitura de sua obra. Conforme já mencionamos anteriormente, Phillip Lejeune afirma que, ainda no século XIX, o interesse sobre a biografia do autor já acontecia, mas no geral era consequência da leitura da obra. Com o advento do rádio e, posteriormente, da televisão, e com a decorrente presença do autor nessas mídias, por muitas vezes o público passou a conhecer o autor antes de ler a obra. O que encontramos com o advento das mídias digitais na contemporaneidade seria uma intensificação da possibilidade da circulação da imagem e de fatos relacionados à vida do autor, tornando ainda mais provável a chance de conhecermos o trabalho de um escritor através da circulação dessas informações do que propriamente pelo contato direto com a sua obra, o que pode acontecer tanto através da sua própria ação (através de publicações em redes sociais, por exemplo), pela ação de instâncias editoriais (publicações de entrevistas, material gerado pelas editoras, entre outros), ou pela ação de sua comunidade de leitores, cuja atuação abordaremos nos próximos capítulos.

Quanto mais presente nas mídias digitais o autor está, mais visível, e é interessante manter esse fato em perspectiva ao analisarmos, por exemplo, uma tendência bastante marcante no mercado editorial brasileiro dos dias atuais: os romances declaradamente autoficcionais, como *Divórcio*, de Ricardo Lísias. O sucesso editorial e a divulgação da obra seriam consequências do êxito no procedimento literário autoficcional? Ou grande parte do público ainda não entendeu o jogo ficcional proposto pelas narrativas de autoficção e comprou a obra pelas histórias que foram divulgadas na internet (principalmente) sobre ela? Em outras palavras, o que foi consumido foi a obra em si, com suas qualidades literárias, ou o que foi falado sobre ela? Em entrevista para o jornalista Daniel Benevides, o autor comentou a repercussão da obra:

Brasileiros – Te perturba a ideia de que o livro venda mais por causa do rumor e não pela qualidade literária?

Ricardo – Não. Eu não posso ficar intervindo no que as pessoas acham. As pessoas dizem que sabem que personagem é essa e eu falo, tá bom. Tive esse problema desde *Duas Praças* (segundo livro do autor, de 2008, terceiro lugar no Prêmio Portugal Telecom) que se passa em uma universidade onde o personagem faz mestrado. Eu também fazia e o professor era o professor tal. Evidentemente que *Divórcio* foi muito mais radicalizado,

então acho que as pessoas, quando vão ler, devem dar bastante gás a suas fantasias; mas não eu, nem tenho mais interesse no livro.⁴³

Obviamente, a última pergunta que propomos tem uma natureza retórica, pois não dispomos de meios para inferir a motivação de compra de uma obra. No entanto, precisamente nessa entrevista, Lísias comenta a confusão que ainda encontramos no público brasileiro com relação a autor e narrador, onde ele afirma que esse mesmo público enfrenta muitas dificuldades ao participar do jogo proposto pela narrativa autoficcional. Essa confusão ao lidar com as narrativas autoficcionais pode nos indicar que em muitos casos a obra vai ser vendida, muitas vezes, pelo rumor que a cerca:

Brasileiros – Em Divórcio, há momentos em que o narrador diz que é tudo uma ficção e em outros que é tudo real. Qual versão acreditar?

Ricardo – O livro pretende discutir questões de narrador. No Brasil, as pessoas leem a literatura ainda com os padrões do realismo, e isso causa um problema técnico em relação ao narrador. O narrador modernista é totalmente diferente, é um narrador que se coloca muito em jogo, e as pessoas não percebem isso, confundem o narrador com o autor, como se fosse possível o autor falar. Isso não existe, só fala o narrador num romance. Mesmo que eu coloque o meu nome, mesmo que eu coloque a minha foto pelado, não sou eu, é uma foto, e isso, tirando um grupo de leitores, as pessoas não entendem, perdem o mais importante, que é o aspecto artístico. (...) ⁴⁴

Esse “rumor” em torno das obras de natureza autoficcional articula-se com o fenômeno da “autoria celebridade” em alguns aspectos? Provavelmente sim, pois a celebridade precisa ser comentada, ela é o objeto de assunto nas interações sociais. Se a vida do autor, seja através do que ele posta em redes sociais ou seja em seus procedimentos literários, como a escolha pela autoficção, ganha mais visibilidade do que a própria obra, podemos interrelacionar os dois fenômenos no processo de exploração da imagem do autor com o objetivo de atender às demandas de mercado. Esse “rumor”, portanto, em torno das obras de natureza autoficcional, em última instância, potencializa as vendas, atendendo à demanda de mercado? Certamente. Traz visibilidade ao autor? Sim. E visibilidade é algo, conforme já mencionamos anteriormente, que os autores buscam. De acordo com a reportagem de Raquel Cozer

⁴³ Trecho da entrevista concebida a Daniel Benevides em Brasileiros – A verdadeira história fictícia de um escritor chamado Ricardo Lísias.

⁴⁴ Idem.

para o *Folha Ilustrada*, a “tendência para a autoficção acontece justamente em uma época de superexposição dos escritores”⁴⁵:

Eu nunca estive tão em alta na literatura brasileira. Ou melhor, o “eu”, esse personagem que se apresenta ao leitor em primeira pessoa e tem um passado em comum com o escritor que o criou, nunca protagonizou tantos romances publicados no país. Ficções recentes, como “Divórcio”, de Ricardo Lísias, “A maçã envenenada”, de Michel Laub, e “Antiterapias”, de Jacques Fux, têm em comum essa aproximação entre o autor e o narrador. (...) A tendência, na avaliação da estudiosa Diana Klinger, surge num momento propício. “Essa postura é oportuna hoje em dia, quando a figura do autor é fundamental para o mercado literário, quase tão importante quanto seus livros. Coincidência ou não, essa tendência contemporânea se adapta muito bem a essa necessidade atual de exposição do autor”, diz. (Cozer, 2013, s.p.)

A pesquisadora Diana Klinger, além de apontar a demanda pela presença dos escritores na mídia, também comenta, em entrevista para o “*Folha Ilustríssima*”⁴⁶, que a presença mais acentuada de narrativas autoficcionais pode responder a uma “fome de realidade” por parte do público, algo que é, de acordo com ela, estimulado pela própria mídia (e, acreditamos, também pelo autor):

A chamada autoficção, voltada para o próprio eu, para a própria experiência, parece ser um dos mais fortes motes da produção literária dos últimos anos. Alguns estudos apontam uma exacerbação da subjetividade, que seria vista como um valor de autenticidade. Como avalia essa questão? Quais implicações disso para a literatura brasileira?

Acho que não devemos cair na armadilha da autenticidade. Muitos leitores se sentem atraídos por essa promessa de possível acesso à intimidade do autor. Isso responde a uma generalizada “fome de realidade” propiciada pela cultura midiática. O mercado editorial, com seus diferentes atores (editoras, festivais, imprensa) contribui bastante para fomentar essa “armadilha de autenticidade”, e muitas vezes acaba colocando a figura do autor na frente da obra. (Klinger, 2014, s.p.)

Para conseguir essa visibilidade e, conseqüentemente, a ampliação do seu público, o autor pode tanto recorrer a procedimentos literários quanto a uma presença mais efetiva e constante em mídias digitais.

⁴⁵ Para ler a reportagem na íntegra: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/12/1381961-tendencia-de-autoficcao-coincide-com-fase-de-superexposicao-de-escritores.shtml>.

⁴⁶ Para ler a entrevista na íntegra, acessar: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2014/02/1415873-respostas-de-diana-klinger.shtml>.

No caso dos autores contemporâneos, a internet (em especial as redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*) foi a mídia que melhor possibilitou esse contato com seu público (que possui, de acordo com a última citação, essa “fome de realidade”), pois, através dela, é possível fazer variadas formas de divulgação de sua obra, das mais evidentes às mais sutis, com uma presença mais constante do que se é possível ter na mídia televisiva, por exemplo. Ao se fazer mais presente, o autor precisa encenar aquilo que o seu público alvo demanda, atender à sua expectativa, mantendo seu status e consolidando sua visibilidade na mídia.

Ao examinarmos a presença mais contundente nas mídias digitais nos últimos anos, podemos nos questionar que outros motivos podem levar os autores a buscar esse espaço de visibilidade e divulgação em redes sociais. Poderíamos citar inúmeros deles: a crescente popularização delas, a facilidade em operá-las, a disponibilidade e acessibilidade que por elas são oferecidas. Para além disso, podemos citar outro fator dominante: a diminuição do espaço de divulgação em mídias tradicionais, como o jornal, por exemplo. John B. Thompson nos aponta que essa retração ocorreu fortemente nos Estados Unidos a partir do ano 2000, encontrando ecos recentemente aqui no Brasil:

(...) Em 2001, o *Boston Globe* aglutinou em uma única seção as resenhas de livros e as páginas dos comentários, em 2007, o *San-Diego Union Tribune* fechou sua seção de resenha de livros; e, em 2008, o *Los Angeles Times* matou seu suplemento Sunday Book Review e o fundiu a outra seção na edição de sábado do jornal, reduzindo o espaço dedicado a livros. Até mesmo o *New York Times*, um dos poucos jornais metropolitanos nos Estados Unidos a manter um suplemento para críticas de livros, reduziu seu tamanho quase pela metade – de 44 páginas em média, que ele possuía em meados dos anos 1980, para 24, 28 páginas atualmente (dados de Wasserman, S. Goodbye to All That). (Thompson, 2013, p. 266)

O autor ainda explica que a situação de diminuição não se restringe a jornais, e se torna drasticamente pior quando falamos de revistas como a *Time* e a *Newsweek*, onde a retração em número de páginas foi ainda maior. Na área televisiva, ele nos indica que muitos produtores somente aceitam a presença de um autor para divulgação de sua obra quando ele “fala bem”, o critério é sua articulação, sua habilidade de expressão oral, e não a obra em si.

No contexto brasileiro, o panorama não se difere muito. Em três jornais de circulação nacional, o único que ainda se propõe a manter um espaço maior para a resenha de livros e divulgação do cenário literário é a *Folha de São Paulo*, através do suplemento Ilustrada. O *Estado de São Paulo* acabou com o Sabático, e recentemente *O Globo* também encerrou as atividades do caderno Prosa e Verso.⁴⁷ No final de 2017, o Jornal Rascunho, voltado para as discussões literárias, utilizou as redes sociais para conseguir ampliar o número de assinantes, colocando que, caso não conseguisse um número expressivo de assinaturas, pararia de circular. Para tal, criou a estratégia de oferecer vários bônus para quem fizesse a adesão, como um exemplar autografado de “Eles eram muitos cavalos”, de Luiz Ruffato, entre outros. A estratégia aparentemente funcionou e o jornal segue circulando.

Com o fim (ou a remodelação) dos suplementos de cultura, tornou-se fundamental conseguir novos espaços para tornar-se visível ou manter a visibilidade: o espaço encontrado foi o blog/site e, posteriormente, as redes sociais. Mesmo na internet, Thompson indica a necessidade de fortalecimento do nome autoral para fins de vendagem (novamente esse tópico surge na nossa discussão), através de uma colocação de um gerente de marketing de um selo de uma grande corporação editorial dos Estados Unidos, que não foi nomeada. O nome do autor deve ser conhecido, fortalecido e divulgado, principalmente para criar a possibilidade de vendas on-line. É necessário criar, portanto, um campo de atuação em duas áreas, como ele explica: a de presença física, com a venda em lojas físicas, bem como ocupar também o espaço da venda virtual:

(...) Queremos que as pessoas vejam a sobrecapa; queremos marcar o nome do autor. Considerando que 15% de todas as vendas de livros são feitas on-line, existe uma parte de mim que quer impulsionar os cliques e levar as pessoas para nosso site de comércio eletrônico ou para a *Amazon*. Mas também quero que os outros 85% estejam na livraria e reconheçam o livro, seja porque viram um anúncio ou alguma outra coisa que fizemos on-line.” (Thompson citando “Phil”⁴⁸, 2013, p. 275)

⁴⁷ Dados consultados em resenha disponível em <https://www.jornalopcao.com.br/colunas-e-blogs/imprensa/o-globo-acaba-com-o-prosa-o-excelente-suplemento-de-resenhas-e-ensaios-44449/>.

⁴⁸ O autor John B. Thompson utiliza o nome “Phil” para se referir ao gerente da grande corporação editorial.

A presença do autor nas mídias digitais, portanto, impulsiona a venda de obras através da ocupação desse espaço virtual. Ele ganha visibilidade, as vendas geram lucro e sucesso para as editoras.

Além disso, outro possível motivo para a ocupação do espaço virtual seria a possibilidade da internet ser “um território mais livre”, ou, em outras palavras, menos mediado. Teoricamente, enquanto na mídia tradicional o escritor precisa aguardar o interesse de algum programa ou entrevista para divulgar sua obra, quer seja por sua reputação, pela temática do livro ou pela ação de promoção da editora, nas mídias digitais ele poderia, por conta própria e de maneira simplificada, divulgá-la da forma que quisesse, bastaria que para isso contasse com um bom número de seguidores. No entanto, ele deve atentar para os possíveis problemas dessa prática, que explicaremos a seguir.

“Phil”, citado por Thompson, nos lembra que a tarefa de permanecer presente no campo virtual não é fácil, pois a atualização de dados deve ser feita de forma constante. A demanda por criação de novos conteúdos no ambiente virtual é algo exponencial. Sobre esse aspecto, “Phil” afirma: “(...) exatamente porque a última coisa que quero é alguém chegar a um site, mesmo que tenham se passado dois ou três dias e pensar: Bem, isso é notícia antiga”. As pessoas não querem ver conteúdo estático” (Thompson, 2013, p. 277).

Além de manter uma atualização constante de suas redes sociais, o que, por si só, já configura um possível desafio, dada a rapidez e a pluralidade de informações que circulam nesse tipo de mídia, o autor contemporâneo deve estar atento para a possibilidade de ocorrência de dois fenômenos recentes nas redes sociais que podem gerar um impacto sobre o seu número de seguidores: o “shaming” e a superexposição.

A “livre expressão” de uma pessoa nas mídias digitais pode possibilitar opiniões diversas com relação ao material publicado. Algumas dessas opiniões, quando polêmicas, podem produzir como consequência o fenômeno do “shaming” ou até mesmo de algo que tem sido chamado de “linchamento virtual”, que consiste, basicamente, na prática dos interlocutores interpelarem a publicação de forma veemente, ou até mesmo agressiva. São múltiplos os casos exemplares desse tipo de discussão nas redes sociais, e em alguns deles os responsáveis pela publicação original

tiveram que, inclusive, apagar os seus perfis; em outros, um declínio no número de “amizades” ou seguidores pode ser notado. Certamente, posicionar-se em relação a um assunto será sempre uma demanda de público, no entanto, ao fazê-lo, o autor contemporâneo pode ficar exposto às consequências desse posicionamento nessa complexa relação entre os atores no ambiente digital. De posicionamentos políticos às polêmicas que envolvem o mercado literário, quase nada passa incólume nas telas onde todos observam (e, por muitas vezes, julgam) o tempo todo.

Além disso, o autor deve permanecer atento aos riscos que uma superexposição pode causar. O super-compartilhamento de informações (compartilhar informações sobre si mesmo, sobre suas obras, seu cotidiano, suas ideias em um número maior do que o ideal) pode gerar não o efeito de aproximação do leitor, mas sim o seu reverso: o de distanciamento. Os critérios para um “número ideal” de postagens, que não cansarão o leitor, repelindo-o, é profundamente subjetivo, e o risco de não conseguir acertá-lo é quase sempre silencioso: o acionamento do botão “deixar de seguir”, procedimento existente em redes sociais em que o participante continua com o vínculo virtual, mas não mais vê as publicações de quem não deseja. O autor contemporâneo precisa conviver com o fato de que, na volatilidade das mídias digitais, visibilidade não pode se transformar em saturação da imagem e que para compartilhar uma publicação (ou seja, referendá-la de forma positiva) basta um clique, e para deixar de seguir somente dois (o que aciona o mecanismo e o que o confirma) – os botões de compartilhamento (visibilidade) e o de “deixar de seguir” (invisibilidade) ficam disponíveis na mesma mídia, e a distância entre eles é menor do que de fato parece.

A divulgação na internet, bem como a presença nela, solicita do autor atender à demanda de um público que cada vez mais exigente, é preciso, portanto, ter mobilidade e fluidez, próprias do ato de navegação. Poderíamos nos arriscar a dizer que demanda também, em certos aspectos, uma postura que remete a um dos personagens mais conhecidos da história da literatura: o capitão Nemo, protagonista de Vinte Mil Léguas Submarinas: a de estar atento e cuidadoso com aquilo que se deseja expor. *Mobilis in mobile* – é preciso ser movente naquilo que está em movimento. O público não quer conteúdo estático, estando a visibilidade diretamente relacionada a esse aspecto.

1.4. Autoria, visibilidade e legitimação ⁴⁹

Podemos afirmar que vivemos em uma época em que o status de celebridade⁵⁰ tem sido cada vez mais valorizado, especialmente quando pensamos não somente na mídia tradicional, como também na mídia digital, destacando-se as “celebridades instantâneas” provenientes de redes sociais, como os influenciadores digitais, por exemplo, que conseguem mercantilizar seu estilo de vida somente com a exposição de fotos ou pequenos textos sobre produtos e suas indicações de uso, em plataformas como *Instagram* e *YouTube*. A curiosidade e o processo de formação do fenômeno de “celebridades”, como já sabemos, não é algo recente na nossa cultura, mas certamente podemos ponderar que ele ganhou potência com o advento das novas tecnologias de mídia. Armados celulares com câmeras cada vez mais sofisticadas, potencialmente qualquer pessoa pode, com suas “selfies” de lugares paradisíacos ou simplesmente com poses aparentemente casuais, “vender” um produto e tornar-se conhecido por isso, sem que seja, necessariamente, ligado ao mercado artístico ou desportivo. Qualquer um pode, desde que conheça minimamente o processo de criação da influência digital, criar um perfil e tornar-se um “garoto-propaganda”. Nos tempos atuais, parece válido afirmar que a visibilidade se tornou uma aspiração comum, como afirma Vera França:

Parece-nos que essa busca de visibilidade ultrapassa o sentido social, afetivo ou ético do reconhecimento – ser aceito e respeitado socialmente, ser amado, ser tratado com dignidade. E também não se resume apenas na busca por retorno financeiro (do dinheiro ganho sem esforço). Há um desejo e uma necessidade de visibilidade por ela mesma – uma satisfação que advém não só daquilo que a visibilidade proporciona, mas de estar visível, estar sendo visto. Como se o silêncio, ou a sombra, significassem um desaparecimento social e existencial. (França, 2014, p. 31)

Anteriormente a esse processo já acompanhávamos a profusa criação de “celebridades” através de programas televisivos, como os “reality shows”, onde

⁴⁹ Esta parte do capítulo retoma e aprofunda questões levantadas na minha dissertação de mestrado, intitulada *Autor 24 horas: alcances (possíveis) em um toque virtual*.

⁵⁰ Aqui, é interessante fazer uma ressalva a que tipo de celebridade estamos nos referindo: não é alguém que se torna famoso por conta de algo que tenha feito ou por ocupar uma posição de destaque, mas sim pessoas que se tornam conhecidas somente por ocuparem um espaço – ainda que breve – dentro da mídia.

“pessoas comuns” eram selecionadas para terem parte de suas vidas expostas e se tornarem conhecidas por isso. A principal diferença nos parece ser que se antes as pessoas ainda dependiam de que alguém se interessasse pelo perfil delas para conseguirem “um lugar ao sol” (passando, por muitas vezes, por exaustivas seleções), para conseguirem fazer parte do elenco de um programa e estarem dispostas para serem filmadas e editadas conforme a conveniência, hoje em dia esse lugar parece estar muito mais disponível nas redes sociais, onde não acontecesse essa seleção prévia por parte de profissionais do ramo da mídia: a seleção acontece muito mais por um interesse do público e o quanto você consegue aparecer nesse mercado complexo.

É preciso não somente escrever, mas também despertar o interesse das pessoas pela sua obra e sua vida. Recentemente, por exemplo, houve um grande pânico entre os fãs da série de livros “Crônicas do Fogo e do Gelo”, que gerou um dos maiores fenômenos da televisão da última década, a série “Game of Thrones”, exibida pelo canal de TV HBO. Com a morte do homônimo George Martin (o quinto Beatle), muitos leitores/espectadores tomaram um susto com a possível “morte do autor” da saga, o que gerou milhares de comentários em redes sociais como o *Twitter* em poucas horas. O autor, que pouco aparece na mídia, teve que vir a público para desmentir os boatos, aliviando seus seguidores. É desse alcance de visibilidade que estamos tratando aqui⁵¹: o interesse pelos fatos da vida do autor da obra torna-se tão importante quanto a própria obra, sendo acompanhados pelo público com o simples clique do botão do mouse.

Em um contexto onde a questão da visibilidade e onde a ideia de “celebridade” é tão cultuada, não nos parece estranho ponderar sobre o espaço da autoria contemporânea no meio dessas forças. No entanto, é necessário ter em mente que, apesar de encontramos escritores que parecem conseguir essa visibilidade muito mais através de seu carisma ao aparecer em público, seja através da mídia tradicional ou nas digitais, a obra ainda continua sendo um fator preponderante ao pensarmos sobre a curiosidade em relação à vida do autor. Diferentemente das celebridades instantâneas que encontramos no espaço midiático atualmente, eles ainda precisam ter um vínculo com a arte, ou seja, a obra, que passa a se configurar como um parâmetro de

⁵¹ Para saber mais: <http://www.estrelando.com.br/nota/2016/03/10/george-martin-reassegura-seus-fasnao-estou-morto-ainda-202199.html/foto-1>

legitimação. Logicamente, em tempos onde a visibilidade é desejável, os autores precisam estar mais presentes na mídia para divulgação de sua obra, mas sua presença somente é justificável (na maioria dos casos) por conta de seus livros.

Partindo das reflexões do sociólogo francês Pierre Bourdieu, podemos repensar as questões relacionadas à legitimação e visibilidade historicamente, e de que forma elas estão se atualizando na contemporaneidade. Se hoje temos o mercado e a mídia como forças que atuam diretamente sobre esses dois fenômenos, de acordo com os estudos de Boudieu em “As regras da arte”, tínhamos o poder político associado à visibilidade de uma obra ou um autor, com sua consequente legitimação:

Um dado apontado por Pierre Bourdieu é bastante relevante para pensarmos a que poder os autores da época respondiam: na ausência de instâncias de consagração, que pouco peso tinham dentro do campo, as instâncias políticas assumiram o controle, exercendo o domínio sobre o campo de produção literária de forma desigual: alguns autores recebiam laureações e recompensas financeiras e simbólicas por seu trabalho (que agradava ao projeto político ou o gosto de quem tinha o poder), outros sofriam sanções. Em outras palavras, as relações no mercado eram da ordem do papel – quem detinha o dinheiro (papel monetário) controlava, através de seu poder de decisão, a palavra impressa: como seria produzida e, acima de tudo, como circularia (caso circulasse) a arte escrita (papel literário). (Ferreira, 2013, p. 56-57)

Portanto, vender, circular e “aparecer” não são fenômenos circunscritos à contemporaneidade, o que parece ter passado por modificações são as formas como isso pode acontecer e quem controla o processo. Da importância do mecenato ao mercado editorial e a mídia (hoje em dia, de forma bastante acentuada, a mídia virtual), o que se transformou não foi a necessidade de visibilidade, mas sim a forma como ela pode ser obtida, mas o questionamento sobre a “autonomia da arte” frente às instâncias de legitimação permanece. Os autores de romances do estilo folhetim (que respondia aos anseios do público leitor da época), de acordo com Bourdieu, por exemplo, se tornavam mais prestigiados, frequentando não somente a mídia da época como também os salões literários, polarizando os autores em dois grupos: os que eram aceitos pelos salões e os que não o frequentavam, postura que também gerou, como nos lembra Pierre Bourdieu, uma espécie de rótulo ou estilo de vida, a do “escritor boêmio”:

Negar a existência da exclusão, sujeitando-se às leis de mercado e ao gosto da burguesia, ou alardeá-la como forma de viver: aparentemente opostas, essas formas de lidar com o

mercado eram, acima de tudo, complementares, uma vez que romper com o mercado era, ainda, considerá-lo. De qualquer maneira, parece-nos que podemos afirmar que, já no século XIX, o autor tinha consciência do papel que viria a desempenhar no mercado de bens simbólicos e que, para sobreviver, seria necessário aprender a lidar com ele, seria necessário aprender a lidar com a instância de consagração representada pelo poder do capital e não se vitimizar por ela, pois, em última análise, tudo fazia parte do jogo de mercado, mercado consolidado pelo poder e pelo pensamento burguês. (Ferreira, 2013, p. 59)

Ainda na contemporaneidade encontramos essa tensão de forças entre autores “incluídos” e os “excluídos” (se é que podemos chamar assim) em diversos projetos do mercado editorial. Por muitas vezes, esses encontros de forças acontecem de maneira midiática, onde, de alguma forma, todos acabam ganhando visibilidade por conta da exposição de suas posições. Um caso relativamente recente é o do projeto Amores Expressos, lançado pela Companhia das Letras em 2007, que consistia em possibilitar a viagem de alguns escritores brasileiros previamente selecionados por Rodrigo Teixeira e João Paulo Cuenca para diversas cidades (Buenos Aires, Praga, Sidney, Berlim, etc), transformando o material pesquisado e obtido através da viagem em recursos para a construção de um romance, como nos lembra Rosana Corrêa Lobo, mais próximo à linguagem cinematográfica:

A reportagem dizia ainda que o formato desses romances seria preferencialmente cinematográfico, para que eles pudessem ser eventualmente adaptados para a sétima arte. Os títulos seriam publicados ao longo de quatro anos, de acordo com o interesse da editora, e uma equipe de filmagem acompanharia cada um dos escritores-viajantes por três dias a fim de montar documentários em que falariam da viagem, do processo de criação e da relação deles com o amor. (Corrêa Lobo, 2010, p.36)⁵²

O projeto sofreu críticas que questionaram desde a utilização de recursos da Lei Rouanet quanto à temática proposta (o amor), mas a questão que nos interessa apresentar, como parte da análise dos critérios de visibilidade e legitimação, é a discussão entre autores com relação aos que foram selecionados (ou não). O debate gerado por eles encontrou bastante espaço tanto nas mídias tradicionais quanto nas virtuais, envolvendo escritores como Sérgio Sant’Anna, Joca Reiners Terron, Marcelo Mirisola e o próprio João Paulo Cuenca:

⁵² Para saber mais: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/16215/16215_4.PDF.

Será que se trata, afinal, de uma jogada de marketing brilhante pela capacidade de “esquentar” uma atividade – a ficção made in Brasil – sabidamente pouco atraente para investidores? Ou de um chamativo bolo midiático em que a ficção entra no papel de cereja? Ou ainda, como escreveu com rapidez no gatilho o escritor Marcelo Mirisola (uma das incontáveis ausências na lista dos 16) em carta publicada na “Folha” de domingo, de uma ação entre “amigos de farra”, com “um ou dois figurões acima de qualquer suspeita” para disfarçar?

“Os critérios de seleção foram de afinidade literária, interesse editorial e química com as cidades de destino”, diz Cuenca, acrescentando que Mirisola “não merece resposta”. Teixeira inclui a palavra “gosto” entre os critérios de seleção, mas isso talvez seja um sinônimo de “afinidade”. “A gente pensou em muitos outros nomes, e pode ser que um ou outro tenha ficado chateado, mas um projeto com 35 seria inviável”, afirma. A decisão de incluir autores que nunca publicaram um livro próprio explica a presença na lista de nomes verdes como Antonia Pellegrino, Cecília Giannetti e Chico Mattoso, enquanto o time dos consagrados é defendido por Sérgio Sant’Anna, Bernardo Carvalho e Marçal Aquino. (Rodrigues, 2007, s.p.)⁵³

Se antes encontrávamos a “não inclusão” nos salões literários do século XIX como uma possibilidade de criação para o estilo de vida boêmio, hoje, o mesmo fator pode desencadear mecanismos que possibilitam o aumento de visibilidade do autor na mídia. As grandes “celeumas” entre autores sempre foram conhecidas pela historiografia literária, mas na contemporaneidade aparecem com mais vigor no âmbito midiático, geralmente entrelaçadas com as questões do mercado. Antes, o autor fazia-se presente nos salões para conseguir alguma possibilidade de mecenato, na atualidade, ele consegue atenção midiática, o que aumenta seu capital de visibilidade e, com isso, o potencial de ampliação de número de leitores e de circulação do seu nome e de suas imagens, atrelados à obra.

Portanto, o autor aparece nas redes e para elas através de diferentes mecanismos de exposição, desde a exploração dos seus perfis em redes sociais e a “interação” com o seu público, bem como com sua participação em eventos literários e discussões sobre “polêmicas literárias” na mídia. Com sua participação, temos ampliado os “paratextos” que vemos circular com o seu nome, das entrevistas às fotos, da televisão à tela do computador. Em alguns casos, essas publicações ganham tanta notoriedade que acabam gerando mais visibilidade do que a própria obra, o que pode representar um risco, especialmente quando levamos em consideração a legitimação desta. É necessário, portanto, saber o ponto de equilíbrio para que isso não aconteça. André de Leones, um

⁵³ O texto completo está disponível em: <http://todoprosa.com.br/polmica-expressa/>.

dos autores que fazia parte do projeto exposto anteriormente⁵⁴, explica esse risco em detalhes em entrevista para o Odisseia Literária:

L: Com respeito ao documentário, muitos veem de forma negativa a exposição da imagem do escritor, preferem fugir de atividades que não envolvem o ato de escrever. Acha que isso é algo inevitável? É positivo para a divulgação da literatura?

A: Acho que é positivo para a divulgação da literatura. Os documentários (dezessete, um por autor) serão exibidos na televisão e chegarão a muita gente que nunca ouviu falar do projeto, que nunca ouviu falar de mim e dos outros autores. Acho que isso não é ruim. Por outro lado, o mercado editorial não permite que a esmagadora maioria dos escritores viva dos direitos autorais. Assim, para sobreviver é preciso recorrer a outras atividades que não envolvem diretamente o ato de escrever (palestras, por exemplo). O problema é quando essas “outras atividades” acabam se tornando mais importantes (ou visíveis) do que a literatura em si. É necessário encarar os documentários do projeto, por exemplo, como coisas acessórias. Os livros é que são importantes. Tudo deve convergir para eles. Do contrário, a coisa se torna um circo. (De Leones, 2008, s.p.)

É essencial lembrar que cada vez mais, na contemporaneidade, os critérios relacionados à visibilidade não se restringem somente à presença física em eventos ou a presença virtual em redes sociais: hoje em dia, ela também está atrelada aos algoritmos que vêm remodelando o que vemos e consumimos na internet. Em reportagem do final de 2017, o jornal “A Tribuna” explica de maneira acessível o que vem acontecendo:

“Os algoritmos têm um grande papel nas escolhas das pessoas hoje em dia”, diz o professor de Ciências da Computação da Universidade de Washington, Pedro Domingos. “Eles determinam o que vemos no Google, escolhem três quartos dos filmes assistidos no Netflix e sugerem um terço de tudo o que é comprado na Amazon.” (Domingos em entrevista para A Tribuna, 2017, s.p.)⁵⁵

Os algoritmos presentes na internet em sites como a *Amazon*, por exemplo, também têm atuado como um fator a ser levado em consideração ao pensarmos a questão da visibilidade do autor dentro das mídias digitais, uma vez que eles atuam como uma espécie de filtro que criam uma seleção do que vai ter mais (ou menos)

⁵⁴ André de Leones fazia parte de *Amores Expressos*, mas sua obra não foi aceita para publicação pela editora Companhia das Letras, e foi posteriormente lançada pela Record. Essa entrevista foi disponibilizada em seu blog pessoal, enquanto ainda fazia parte do projeto. Disponível em: <https://blogdoandredeleones.blogspot.com/2008/05/entrevista-para-o-odissia-literaria.html>.

⁵⁵ Para saber mais: <http://www.atribuna.com.br/noticias/noticias-detalle/economia/algoritmos-podem-enviesar-internet-alertam-especialistas/?cHash=518d59b328166b9603703470fc8747c9>.

visibilidade no ambiente virtual⁵⁶. Como abordaremos a questão da visibilidade e dos algoritmos no próximo capítulo, não nos interessa, por enquanto, entrar em detalhes nesse tópico por enquanto, no entanto, é sempre interessante contrastá-los com os salões e os círculos de poder (e sua influência sobre a literatura do final do século XIX) tão bem examinados por Pierre Bordieu em “As regras da arte”, uma vez que eram esses salões que outrora determinavam a visibilidade dos artistas.

O “circo”, apontado por André de Leones, é justamente o perigo de que a vida do autor, ou o que ele publica em suas redes, ou sua imagem, tornem-se mais interessantes para o leitor do que a obra em si, que a exploração de sua personalidade midiática encontre mais visibilidade do que aquilo que, de fato, será seu objeto de legitimação: o texto. Nesse panorama, não se justifica a fama de um autor, mas sim a transformação dele em uma celebridade, como tantas outras, “conhecidas por serem conhecidas⁵⁷”. Com a perda da visibilidade da obra, ele poderia perder aquilo que legitima sua visibilidade, tornando-se somente algo mais a ser consumido para saciar a curiosidade do público. Certamente, o público sempre desejou interagir com um autor admirado e a curiosidade com relação a ele sempre foi presente (como nos lembra Lejeune), mas esse desejo não deve ser preenchido com a performance midiática sendo mais relevante que a própria obra.

Cabe ainda uma última reflexão sobre o próprio conceito de celebridade, partindo de reflexões sobre o tema feitas por Vera França. Segundo a autora, muito mais do que tornar-se conhecido por ser conhecido, a celebridade é alguém que está intimamente ligada aos valores de uma sociedade em uma determinada época:

O que nos leva a concluir: as celebridades ostentam aquilo que uma determinada sociedade, num determinado momento, valoriza. Contrastando em parte com a explicação tautológica de Boorstin (2006, p.79), a “celebridade é uma pessoa que é conhecida por ser muito conhecida”, diríamos antes (em sintonia com Geertz): elas o são muito mais em razão de estarem em sintonia com o quadro de valores e o centro de poder de uma comunidade ou grupo social. (França, 2014, p. 25)

⁵⁶ Veremos, posteriormente, a ideia que Eli Parisier desenvolveu sobre a atuação desses algoritmos como “filtros” que atuam na internet.

⁵⁷ Aqui, remeto à ideia de Daniel Boorstin – “A celebridade é uma pessoa que é conhecida por ser conhecida”.

Autores, como afirmamos anteriormente, sempre precisaram lidar com a questão da visibilidade (o “estar presente” no local certo) e sempre precisaram estar “perto” do centro de poder (no caso do século XIX, perto do poder político, do mecenas; na atualidade, do mercado e da mídia). No entanto, em alguns casos, sua própria presença (ou performance) tornou-se mais motivo de interesse do que o texto.

Dessa maneira, se encontramos o risco dos paratextos do autor tornarem-se mais interessante do que a obra, bem como autores cuja a performance midiática suplantam a obra em si, podemos inferir que esse fenômeno não está somente atrelado à necessidade de “tornar-se conhecido”, mas também com valores que adquiriram relevância na sociedade atual, como a visibilidade do indivíduo. Essa “performance midiática” atende, em última análise, a um desejo de um público que valoriza (e, por muitas vezes, espetaculariza) essa performance, e atende aos valores sociais que ganham potência em uma determinada época. A “performance midiática” se relaciona, portanto, tanto com o mercado quanto aos valores sociais vigentes na sociedade.

Aqui, podemos citar alguns casos: o primeiro, retomando o já mencionado livro “Divórcio”, do escritor Ricardo Lísias, onde novamente podemos nos perguntar: a curiosidade do leitor sobre a vida do autor, com todo o falatório midiático em torno do assunto, ajudou nas vendas e na divulgação da obra? Em entrevista para o jornal O Globo, o próprio Lísias admite que houve uma ampliação do número de leitores:

— Houve ameaça de processo, jornalistas me procuraram para participar de programas de TV, e muitas pessoas me escreviam com pena. Houve até um boato de que o livro havia sido proibido. Tudo soava absurdo, porque era uma obra de ficção. A boataria se sobrepôs à minha opinião, o que foi bastante antipático — insiste o autor, que garante agora ter se divorciado completamente do “Divórcio”. — Ainda há leitores e jornalistas que me procuram, mas nada parecido com o que foi à época do lançamento. Mas no meio da esbórnica aconteceram muitas coisas bacanas. O livro foi debatido em outros meios, não só nos de Letras, mas em departamentos de Psicologia, Direito, em universidades dos Estados Unidos e Argentina, por exemplo, e meu círculo de leitores aumentou bastante. (Lísias, 2015, s.p.)⁵⁸

Além de casos como o de Lísias, esporadicamente temos a publicação de livros que revelam “os bastidores” da escrita, ou a vida de escritores famosos. Entre eles,

⁵⁸ Para saber mais: <https://oglobo.globo.com/cultura/livros/depois-da-histeria-causada-pelo-romance-divorcio-ricardo-lisias-reune-contos-em-concentracao-15814545>.

podemos citar, por exemplo, “A vida secreta dos grandes autores – o que os profissionais nunca contaram sobre os famosos romancistas, poetas e dramaturgos”, que se propõe a explorar os aspectos pitorescos e inusitados dos hábitos cotidianos de autores com Franz Kafka, William Shakespeare e James Joyce, saciando a curiosidade do público leitor com relação ao tema. Assemelha-se, nesse aspecto, a uma grande revista de fofocas de celebridades, cujo intuito é expor e explorar a vida íntima de figuras públicas, com o objetivo de vender o livro/revista.

A tematização da vida do autor por parte da mídia não é, conforme já foi mencionado anteriormente, algo novo dentro do campo literário, mas é interessante notar, como nos lembra João Freire Filho, que isso já acontecia no contexto brasileiro no século XIX. Ao abordar a crônica de João do Rio, “O muro da vida privada”, assim como publicações jornalísticas da época, ele nos mostra como a especulação sobre a vida privada de pessoas conhecidas já era de interesse do público e, dessa forma, também da mídia, assim como já demonstra que o desejo de visibilidade por parte de “pessoas comuns” era corrente na época, como João do Rio descreveu em outras crônicas. Os prós e contras da flexibilização da privacidade com vistas ao aumento da visibilidade são retratadas na citação a seguir:

É como se o “homem mais ou menos notável” concluísse que, no final das contas, a flexibilização da privacidade – quer dizer, da apropriação soberana da interioridade, do corpo e do tempo livre – constituísse um preço razoável a ser pago para adquirir celebridade – uma forma diferenciada de projeção na esfera pública: imediata; mundana; talvez transitória; desatrelada das instâncias tradicionais de consagração (condecorações imperiais; honras militares; canonização religiosa; prêmios literários); dependente, essencialmente, da circulação de notícias, rumores e imagens impressas, do poder jornalístico de gerar publicidade e de produzir reconhecimento, ainda que às custas de abordagens desrespeitosas. (Freire Filho, 2014, p. 48)

O que a contemporaneidade trouxe, através dos novos aparatos tecnológicos, não foi, dentro desse contexto, uma mudança no desejo ou na necessidade de visibilidade, mas de que forma elas podem ocorrer e qual o alcance delas, bem como a participação mais proativa do sujeito no processo de construção de visibilidade. Aos autores, não basta que publique a obra e esteja em contato com a mídia, através de entrevistas e depoimentos. É necessário também construir e manter perfis em redes sociais,

interagindo com o público e, além disso, ser citado por seus leitores nas mesmas redes, que o recomendam.

Talvez seja interessante pontuar aqui as diferentes formas em que um autor pode estar relacionado com as possibilidades de exposição trazidas pelas novas tecnologias, mais acentuadamente as mídias digitais (presentes no ambiente virtual, como as redes sociais da internet, por exemplo). Como essas possibilidades de exposição podem acontecer de diferentes maneiras, não é nosso intuito catalogar os tipos dessas aparições, e nem hierarquizá-las – cada autor pode explorar as redes sociais de diferentes maneiras, pretendemos tão somente enunciar alguns padrões que podem ser reconhecidos ao analisarmos a presença do autor nas mídias virtuais: a) autores que conseguem divulgação de sua obra através das redes sociais – aqui, podemos encontrar uma grande maioria de autores contemporâneos, que utilizam seus perfis em *Facebook*, *Instagram*, etc para manter um canal de comunicação com seu público leitor e eventualmente avisá-lo sobre lançamento de seus livros, obras que recomenda, livros que estão em fase de escrita, aparições em jornais e programas de televisão, novos projetos, entre outros. b) autores que conseguem divulgação através de algum aspecto controverso da vida ou da obra – a obra retrata algo de polêmico, que pode ou não estar relacionado com a vida do próprio autor, o que pode gerar uma especulação e aumento de visibilidade, consequentemente, de vendas. Assim, os processos de visibilidade do autor e da venda da obra estão diretamente ligados ao “buzz” (falatório) midiático em torno do livro. c) autores que fazem a opção de não se fazerem presentes em redes sociais ou no meio midiático, tentando manter uma postura distante de ambos, no entanto, ao fazê-lo, tornam-se conhecidos justamente por serem ausentes, uma vez que a mídia tenta explorar essa tentativa deles de serem quase “anônimos” – existe a divulgação deles, apesar dos esforços desses autores em se manterem longe dos holofotes. A ausência desse autor torna-se, por conta da vontade da mídia, uma presença, ainda que a contragosto dele. d) autores consagrados pelo público cujas biografias são exploradas por outros com objetivo puramente comercial, como os livros de curiosidades já citados. e) “celebridades” ou pessoas que se tornam conhecidas, sobretudo nas redes sociais, e que utilizam sua popularidade para vender suas obras – fenômeno em ascensão nessa época da contemporaneidade. *Youtubers e digital*

influencers tornam-se conhecidos do grande público usuário de redes sociais através, principalmente, da propagação do seu estilo de vida em plataformas como o *Youtube* ou *Instagram* e utilizam sua popularidade prévia para divulgar e vender seus livros. Eles não são autores (profissionais) que utilizam as redes sociais, como os que podemos enquadrar no critério a), eles são um produto midiático das redes sociais e a utilizam para vender sua mercadoria (o livro).

Existem diversas formas, portanto, para um autor estar presente na mídia virtual. Com a evolução desse tipo de mídia, certamente surgirão outras novas formas, além de hibridizações desse processo – nada impede, por exemplo, que um autor que se encaixa em um primeiro momento no critério “a” e utiliza as redes sociais como forma de divulgar suas obras escreva um livro de cunho polêmico, que produza um alarido midiático e faça com que sua obra seja divulgada – o que o encaixaria, automaticamente, no critério “b”. O que temos são momentos, “instâncias moventes”, se é que podemos chamá-las assim, por isso a necessidade de não enquadrá-los em um critério específico. De qualquer forma, chega a ser senso comum que essa exploração das redes sociais só foi possível mediante a revolução tecnológica vivida nos últimos tempos a partir do advento da internet.

Se, no início do século XX, tínhamos a revolução da imprensa no suporte de papel, no início do século XXI aquilo que é dito sobre a celebridade desliza do papel para a tela, para o âmbito digital, fenômeno possibilitado pela revolução tecnológica que vivemos. Essas informações hoje em dia ainda circulam nos veículos impressos, mas cada vez mais se fazem presentes na internet, dada a possibilidade de circulação da informação nela. Qual seria diferença mais marcante entre o que era dito sobre o autor nos jornais (séculos XIX/XX) e o que é dito sobre ele no século XXI? A priori, poderíamos pensar que o que era dito sobre os autores nos jornais era aquilo que os jornalistas escreviam sobre ele, aquilo que os editores acreditavam ser a melhor forma de exposição. Então, de uma certa forma, podemos entender que o imaginário sobre o autor era construído pelo público, a partir de informações dadas pelos profissionais que redigiam os jornais – os autores, no geral, não assinavam as matérias sobre si mesmos, e esse controle maior sobre seu discurso só foi possibilitado através de mídias como o rádio e a televisão, veículos que possibilitavam uma interação mais direta entre o autor

e seu público. Neles, o autor tinha uma maior participação sobre sua imagem e de como seria visto.

No entanto, nada conseguiu superar a internet ainda com relação a esse quesito. Se em rádios e televisões ele dependia de alguém que cedesse o espaço para sua fala – e aí ele estaria completamente refém de critérios subjetivos como dicção, imagem na tela, a ação dos editores de TV – na internet ele possui uma maior autonomia para a escolha do que vai ser exposto ao público através de seu perfil em redes sociais. A autonomia na construção de sua personalidade midiática e na sua interação com o público leitor só foi possível, portanto, através da revolução tecnológica e do advento da internet com suas redes sociais. Ao migrar do papel para a tela, a personalidade midiática do autor passa a responder com mais “independência” (ou mais diretamente) ao seu público leitor – ele ainda conta com as matérias de jornalistas sobre suas obras e sobre sua vida, mas essa fala não é mais uma voz única, ela é somente uma entre as outras, incluindo a do próprio autor, na polifonia que marca a construção da personalidade midiática do autor na contemporaneidade. Conforme vimos no subcapítulo anterior, essa “independência” em relação ao uma instituição, a um produtor de TV ou jornalista (que poderia editar suas entrevistas, pautar o que seria discutido, repensar a forma como o escritor apareceria para um público de maneira mais eficaz) pode gerar problemas como a superexposição ou a prática de “shaming”, mas ainda se configura, nos dias de hoje, como um risco válido para os autores contemporâneos.

Faz-se necessário, para encerrar a discussão desse capítulo, desdobrar brevemente um assunto que foi abordado por Tom Mole e do qual podemos observar algumas modificações nos tempos atuais. Mole compreendia que enquanto o nome do autor era fortalecido, o público leitor, cada vez mais, tornava-se anônimo:

Mole nos aponta que esse público, com o aumento da produção de livros e expansão do mercado, cada vez mais passa a ser um público anônimo e socialmente diversificado, em contrapartida, o movimento inverso se dá com o autor: cada vez mais, seu nome é fortalecido. Essa relação entre autor/leitor, o conhecido/ o desconhecido, cria uma alienação entre eles: “Quanto mais os autores publicados se tornavam conhecidos por seus leitores através do nome, mais os autores estavam limitados a saber apenas um pouco do seu público. O público tornou-se anônimo e irreconhecível, criando uma nova

alienação entre o escritor e o seu leitor”⁵⁹. Decerto, ao tentarmos trazer a questão para a contemporaneidade, poderíamos argumentar que talvez a internet e as redes sociais tenham diminuído essa distância entre o autor e o leitor. Ou talvez essa distância ainda tenha permanecido a mesma, mas com novas características. Muitas vezes, a interação se dá com o autor utilizando a rede social como mais um espaço para divulgação de obras, especialmente aqueles que já estão bem inseridos no mercado. O fenômeno da celebração do autor nasce, de acordo com Mole, como uma forma também de tentar mitigar essa alienação, esse processo de abstração do leitor que se torna anônimo. (Ferreira, 2013, p.66)

Entretanto, ao levarmos em consideração a exploração das redes sociais também por parte do público leitor, em plataformas como *YouTube*, onde proliferam perfis de leitores que se propõem a fazer resenhas em vídeo dos livros que estão lendo, bem como “maratonas literárias” (com prêmios dados pelas editoras), além de perfis literários no *Instagram*, cabe a pergunta: estaremos rumando para um ponto onde leitores também estão se tornando mais presentes? Onde está o protagonismo nas redes: no autor, na obra ou no leitor? Que relações podemos observar entre esse público – que também se faz tão presente nas redes sociais – e o autor? Os questionamentos aqui apresentados servirão como um guia condutor para o nosso próximo capítulo – Consumidores, leitores e internautas.

Ao estar sempre presente nas mídias digitais, o autor já não mais somente circula como palavra, mas também como imagem, como nos lembra Bruno Lima Oliveira, ao citar a pesquisadora Ana Cláudia Viegas, em “O retorno do autor na literatura contemporânea⁶⁰”:

A professora⁶¹ lembra-nos que, a despeito da orientação formalista, nós, leitores, não nos convencemos facilmente de sua morte, ansiando por sua presença física e desejando contato com provas materiais de sua existência, como máquinas de escrever, livros, objetos pessoais, fotos, correspondências trocadas sobre seu processo criativo, exemplares autografados, etc. A participação de escritores, cada vez mais assídua, em programas de televisão, em lançamentos de livros, em noites de autógrafos, nas feiras literárias ou mesmo em congressos e palestras promovidos pelas universidades, dá voz e rosto aos até então incógnitos autores. A imagem de escritores de gerações passadas não tinha o alcance nem a penetração no grande público como a de Bernardo Carvalho, por exemplo, que, ao mesmo tempo que tem seu nome impresso nas capas de seus livros,

⁵⁹Mole, 2007, p. 16. Tradução da autora: As more published writers became known to their readers by name, writers could know the names of a smaller fraction on their readership. The audience became anonymous and unknowable, creating a new alienation between writer and reader.”

⁶⁰ Para ler o artigo na íntegra: http://www.ileel.ufu.br/anaisdosilel/pt/arquivos/gt_lt16_artigo_5.pdf

⁶¹ Aqui, ele citava anteriormente a pesquisadora Ana Cláudia Viegas.

possui sua fotografia em revistas e jornais literários, impressos ou digitais, além de ser facilmente encontrado em eventos cuja cobertura midiática é ampla e irrestrita. Assim, torna-se quase impossível acreditar que o autor está morto, posto que temos acesso a sua figura, a sua pessoa. Situar o autor no século XXI, isto é, no contexto da cultura midiática, equivale a dizer que, “ao lermos um texto, não temos apenas o nome do autor como referência, mas sua voz, seu corpo, sua imagem veiculada nos jornais, na televisão, na internet. A obsessão contemporânea pela presença nos afasta da concepção barthesiana desse autor como ‘um ser de papel’” [ibdi, p. 18, grifo do original]. (Oliveira, 2017, s.p.)

Terminamos esse capítulo levando em consideração a última imagem, do “ser de papel” em interação com os autores contemporâneos: talvez, em tempos atuais, encontremos alguém cuja imagem cada vez mais, junto com o discurso, esteja potencializada pelas mídias digitais, imerso em um processo híbrido de corpo, papel e pixels⁶².

⁶² Definição de pixel de acordo com o site de tecnologia Tecmundo: A palavra pixel é oriunda da junção dos termos picture e element, formando, ao pé da letra, a expressão elemento de imagem. Ao visualizarmos uma imagem com alto índice de aproximação, é possível identificar pequenos quadrados coloridos nela, que, somados, formam o desenho completo.

Esses pontos, que são a menor parte de uma imagem, levam o nome de pixels. A partir da noção do pixel como uma medida da qualidade das imagens, foi propagado o termo “resolução” para atribuir quantos pixels em altura e largura uma foto tem. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/imagem/203-o-que-e-pixel-.htm>.

2

Consumidores, leitores e internautas⁶³ - A ascensão dos leitores?

2.1.

Isso é tão Black Mirror⁶⁴!

Eli Parisier, ativista político e de internet, cofundador do site Avaaz.com e presidente do Upworthy e do Moveon.org, em um TED⁶⁵ que data de 2011⁶⁶, apontou algumas características da internet atual que devem ser consideradas ao pensarmos sobre visibilidade, literatura e internet.

No primeiro capítulo, discutimos como a presença dos autores na internet, especialmente em redes sociais, contribui para aumentar sua visibilidade e alavancar, possivelmente, seu volume de vendas. É uma estratégia que tem funcionado adequadamente, e depende basicamente do desempenho e da disponibilidade do autor para acontecer. No entanto, recentemente, a internet tem passado por mudanças sutis, “invisíveis”, de acordo com Eli Parisier, que reconfiguram a forma como “a informação está fluindo on-line”⁶⁷.

No TED intitulado “Tenha cuidado com os filtros-bolha”, o ativista nos adverte sobre a prática da edição de conteúdo por relevância e interesse, feita pelos algoritmos.

⁶³ O título desse capítulo é uma alusão à obra do professor Néstor García Canclini, “Leitores, espectadores e internautas”, que consta na bibliografia dessa tese.

⁶⁴ Black Mirror é uma série de televisão distribuída pelo Netflix, que trata de um possível futuro distópico, onde a tecnologia tem profunda influência sobre as relações humanas. Tornou-se piada (meme) de redes sociais a frase “Isso é tão Black Mirror”, que passa justamente a ideia de falar sobre algo tecnológico e o seu uso por humanos, causando o efeito de assombro, surpresa ou horror.

⁶⁵ Definição da Wikipédia para TED: TED (acrônimo de Technology, Entertainment, Design; em português: Tecnologia, Entretenimento, Planejamento) é uma série de conferências realizadas na Europa, na Ásia e nas Américas pela fundação Sapling, dos Estados Unidos, sem fins lucrativos, destinadas à disseminação de ideias – segundo as palavras da própria organização, “ideias que merecem ser disseminadas”. Suas apresentações são limitadas a dezoito minutos, e os vídeos são amplamente divulgados na Internet.

⁶⁶ Para contextualizar a discussão: o TED encontra-se disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWFx525s>.

⁶⁷ Palavras do próprio Eli Parisier, no TED mencionado anteriormente.

Em outras palavras, as “curtidas” em redes sociais e buscas em sites como “Google” determinam as informações que aparecem para o usuário. Na busca de livros do site *Amazon*, por exemplo, no final da página de compra há a indicação de livros que possam ser do interesse do consumidor, baseado no tema do livro a ser comprado e nas consultas anteriores. De acordo com Eli Parisier, a lógica do algoritmo determina, portanto, o que pode ser da sua preferência. O uso de filtros gerados pelos algoritmos cria o fenômeno do “filtro-bolha”, da “personalização da internet”, que está presente tanto nas redes sociais quanto nos principais sites de notícia do mundo. Sobre esse fenômeno, o pesquisador destaca que “a internet nos mostra aquilo que ela pensa que queremos ver, mas não necessariamente o que precisamos ver”. Esse “funil” de informações tem profundo impacto sobre a maneira como vemos o mundo, sobre como nos relacionamos socialmente através de mídias digitais e sobre o que consumimos culturalmente. O que nos aparece, na atualidade, para fruição ou para reflexão através da internet é, muitas vezes, mediado pelos algoritmos das empresas de informação. Como podemos observar no vídeo citado, o papel que outrora cabia aos editores (e também aos críticos, aos produtores de conteúdo e formadores de opinião) hoje é assumido parcialmente por esses algoritmos. Em contraste com uma imagem de leitor do século passado, imerso e perdido em uma livraria, rodeado por capas e indeciso entre tantos títulos, temos o leitor do início do século XXI, atrás da tela do seu computador, comprando virtualmente as indicações que foram geradas através da lógica da máquina, obtendo obras que são indicadas não por amigos ou críticos, mas pelo seu computador, imerso no impessoal fenômeno chamado de “personalização da internet”, que pode ser traduzido em uma personalização de compras suas obras literárias. Portanto, a visibilidade do autor nesse início de século não está somente atrelada à sua constante presença na internet, mas está diretamente ligada também aos mecanismos de buscas de cada leitor: quanto mais o leitor “clica” no seu autor e o busca, mais ele será oferecido, em detrimento dos outros. A demanda do leitor possibilitará – ou não – a visibilidade do autor em sites de venda de livros.

E por que, nos dias atuais, essa “personalização da internet” tornou-se tão desejável? De acordo com Eli Parisier, em sua obra “O filtro invisível – o que a internet está escondendo de você”, a procura por essa personalização é que ela torna

mercadologicamente mais atraente os anúncios publicitários: eles passam a ser direcionados para um público que, em teoria, estaria relacionado diretamente com o que é apresentado nas propagandas:

A fórmula dos gigantes da internet para essa estratégia de negócios é simples: quanto mais personalizadas forem suas ofertas de informação, mais anúncios eles conseguirão vender e maior será a chance de que você compre os produtos oferecidos. E a fórmula funciona. A Amazon vende bilhões de dólares em produtos⁶⁸ prevendo o que cada cliente procura e colocando esses produtos na página principal de sua loja virtual. (Parisier, 2012, posição 109⁶⁹)

O que temos hoje, por conseguinte, ao entrarmos nos sites, enquanto leitores e consumidores, é uma página de compras de livro personalizada. Personalizada pelo algoritmo. Se, ao imaginarmos o leitor do século XX, visualizamos alguém que tinha que fazer escolhas, participando ativamente do processo da aquisição da obra, seja por causa da capa, de uma olhadela nas páginas ou por recomendação de alguém conhecido, quando nos deparamos com o leitor do século XXI encontramos, muitas vezes, alguém sentado em frente ao computador, passivamente escolhendo entre as múltiplas opções dadas pelo site como “recomendadas para você”. O trabalho de correlacionar títulos, temas, de buscar por obras e diferentes autores parece perder a importância diante do conforto da escolha “fast-food”. As máquinas, a título de fazer o marketing certo para os leitores, tentam cada vez mais trabalhar com o conceito de “relevância perfeita” – o livro que você vai amar e nem sabia que ia gostar tanto vai estar disponibilizado na barra de rolagem da *Amazon* para você, um leitor preso em sua bolha de opções:

Na verdade, a busca da relevância perfeita nos leva na direção oposta à do tipo de serendipidade⁷⁰ que promove a criatividade. Uma ferramenta do tipo “se você gosta disso, vai gostar daquilo” pode ser útil, mas não é uma fonte de inventividade criativa. Por definição, a inventividade surge da justaposição de ideias muito distantes, e a relevância consiste em encontrar ideias semelhantes. A personalização, em outras

⁶⁸ Trataremos mais especificamente do caso de venda de livros pela Amazon no próximo capítulo.

⁶⁹ Refere-se à posição de leitura no *Kindle*, o livro digital da Amazon.

⁷⁰ Serendipidade seria, de acordo com o Dicionário Priberam, a faculdade de descobrir coisas agradáveis ao acaso. Por exemplo, ir a uma livraria buscando um livro e descobrir outro lá fortuitamente, que também desperte o interesse.

palavras, pode estar nos levando a uma sociedade Adderall⁷¹, na qual o hiperfoco toma o lugar do conhecimento geral e da síntese. (Parisier, 2012, posição 1.259)

Se, por um lado, encontraremos mais livros disponíveis dos autores ou temas que gostamos de ler, por outro lado, o uso de algoritmos pelas empresas de venda on-line nos torna reféns de nossas próprias escolhas, daquilo que já conhecemos, gostamos, do nosso referencial de mundo. Sugerir títulos pode ser negar a exploração de outros, negar, como afirma Parisier, a serendipidade possível na biblioteca, na livraria ou até mesmo no ambiente virtual não veiculado ao uso de algoritmos, onde o fortuito pode acontecer.

De acordo com Parisier, a utilização da “personalização da internet⁷²” acaba reforçando a ideia do eu, uma vez que faz surgir um mercado de conteúdos criado para atender às demandas individuais, algo que parecia impossível no século XX. As notícias que você quer ler, as músicas que você gostaria de escutar, os livros que farão parte da sua biblioteca, tudo parte, de certa forma, das sugestões trazidas pelo algoritmo, de acordo com quem ele pensa que você é:

Segundo pesquisas, a ampla maioria das pessoas imagina que os mecanismos de busca sejam imparciais. Mas essa percepção talvez se deva ao fato de que esses mecanismos são cada vez mais parciais, adequando-se à visão de mundo de cada um. Cada vez mais, o monitor do seu computador é uma espécie de espelho que reflete nossos próprios interesses, baseando-se na análise de nossos cliques feita por observadores algorítmicos. (Parisier, 2012, posição 51)

Ou seja, os livros que chegam até o consumidor partem do ‘eu’ reconhecido pelos algoritmos dos sites de venda. Faz-se necessário dizer nesse ponto que não somente a recomendação se dá pela leitura dos algoritmos, mas também pela prática já conhecida

⁷¹ No livro, Eli Parisier explica o que seria a “sociedade Adderall”. Adderall é um remédio utilizado em larga escala nos Estados Unidos para controlar o déficit de atenção, trabalhando de forma a manter o foco da atenção em um único assunto, através do aumento de níveis de noradrenalina. No entanto, várias pessoas que não possuem o déficit de atenção o utilizam para conseguir manter o foco, especialmente na era da sobrecarga da informação. Por ser um medicamento que induz a concentração em somente um foco, ele restringe as áreas de atenção, reduzindo a sensibilidade a novos estímulos. Concentra toda a atenção de quem o utiliza em um ponto, ignorando todo o resto. A “sociedade Adderall” seria aquela que não consegue ver além de um ponto que lhe é mostrado, que perde a amplitude de visão.

⁷² Termo que o autor utiliza para referir-se à experiência em mídias digitais consequentes da ação do filtro-bolha.

em livrarias físicas de visibilidade de uma obra (e promoção dela) através de remuneração compensatória:

Os usuários da Amazon estão tão acostumados à personalização que o site agora utiliza um truque inverso para ganhar algum dinheiro a mais. Os editores normalmente pagam para ter seus livros colocados em livrarias físicas, mas não têm como comprar a opinião dos vendedores das lojas. Entretanto, como previu Lanier⁷³, é fácil comprar algoritmos: basta pagar o suficiente à Amazon, e seu livro poderá ser promovido como se fosse uma recomendação “objetiva” do software da Amazon. Para os clientes, geralmente é impossível fazer a distinção. (Parisier, 2012, posição 405)

Portanto, ao comprarmos um livro no ambiente virtual, somos influenciados por mais estímulos do que imaginamos que propiciam a realização da compra. Como leitores, somos influenciados pela aparição do autor nas mídias tradicionais, pela presença dele nas mídias virtuais, pela influência das editoras nas livrarias, pelo que procuramos em ferramenta de buscas sobre literatura, pela leitura dos algoritmos do que digitamos em sites de compra, assim como em redes sociais, pelo nosso perfil de leitor/consumidor, entre outros fatores.

Dentre esses outros fatores, um que merece ser analisado com mais atenção é o surgimento de leitores que utilizam as redes sociais para recomendar leituras. As redes sociais que têm sido mais utilizadas no momento são o *Instagram* e o *YouTube*, daí a gênese dos termos utilizado para referir-se a esses leitores, cuja influência tem sido crescente nos últimos tempos: os *instagrammers* e *booktubers*. A atuação deles é um dos objetos de estudo da próxima parte do capítulo.

⁷³ Referência a Jaron Lanier, um dos criadores da realidade virtual, que, de acordo com Parisier, teria ficado “horrorizado” com a possibilidade aventada por Nicholas Negroponte, em artigo apresentado na revista *Wired*, em meados da década de 90 do século do passado, de criar agentes virtuais (algoritmos) que funcionariam como “filtros” de conteúdo, para evitar a sobrecarga de informação da era virtual. Lanier acreditava que esses agentes não trabalhariam de forma a prejudicar o comércio on-line, captando informações para depois utilizá-las como ferramenta de vendas – “Não seriam fácil dizer para quem esses agentes trabalhariam”.

2.2.

Se um viajante na noite de inverno⁷⁴

Você vai começar a ler o novo romance de Italo Calvino, *Se um viajante numa noite de inverno*. Relaxe. Concentre-se. Afaste todos os outros pensamentos. Deixe que o mundo a sua volta se dissolva no indefinido. É melhor fechar a porta; do outro lado há sempre um televisor ligado. Diga logo aos outros: “Não, não quero ver televisão!”. Com todo aquele barulho, talvez ainda não o tenham ouvido; fale mais alto, grite: “Estou começando a ler o novo romance de Italo Calvino!”. Se preferir, não diga nada; tomara que o deixem em paz.
(Calvino, Ítalo. *Se um viajante numa noite de inverno*)

Nos tempos atuais, onde encontramos um grande impacto das novas mídias, especialmente a digital, sobre todos os campos de cultura, a literatura tem marcado forte presença nas redes sociais. Tal presença poderia nos levar ao questionamento do aumento da relevância dos paratextos em circulação em detrimento da própria obra, no entanto, esse não é o ponto a ser investigado aqui. O que tentaremos demonstrar é como os leitores estão cada vez mais também assumindo uma posição de protagonismo midiático nessas redes sociais. A constante presença do autor como forma de adquirir visibilidade já foi mencionada anteriormente, portanto, o próximo passo a ser investigado é a presença do leitor em redes como *Instagram* e *YouTube*.

2.2.1.

O *Instagram* e a rede de leitores

O *Instagram* é uma rede social de compartilhamento de imagens, especialmente fotos. Surge em 2010, resultado de um trabalho em conjunto de Kevin Systrom e do brasileiro Mike Krieger, ex-alunos da Universidade de Stanford⁷⁵. No ano seguinte ao seu lançamento, foi “baixado” mais de um milhão de vezes, tornando-se rapidamente uma rede social de sucesso. Com menos de uma década de existência, a estimativa é de que rede social chegue a um bilhão de usuários ainda em 2018, com números impressionantes: ao menos 32% dos usuários de internet possuem uma conta nessa rede

⁷⁴ O subtítulo desse capítulo menciona o livro de Ítalo Calvino, lançado em 1985, onde o protagonista é o Leitor, com narrador em 2ª pessoa.

⁷⁵ Dados retirados de <https://www.fatosdesconhecidos.com.br/7-dados-sobre-o-instagram-que-vao-te-deixar-sem-palavras/>.

social, gerando 95 milhões de publicações diárias⁷⁶. É praxe que essas publicações recebam uma palavra-chave (ou mais de uma) que facilita a busca do usuário, denominada *hashtag*.

Sendo uma rede de compartilhamento específico de fotos e esporadicamente de vídeos (de curta-duração), de que forma os livros ganham visibilidade dentro dela? De forma geral, podemos pensar que os livros (e os autores) ganham visibilidade também a partir da performance do leitor comum. Através de suas postagens, o leitor expressa suas opiniões e faz recomendações de leituras, tornando-se assim também protagonista, juntamente com o autor, na busca de propagação de sua obra, realizando o trabalho que o autor não deve fazer (sob pena do leitor, cansado da constante exposição dele e da obra, acionar o botão “deixar de seguir”): exibir a capa do livro e dizer a todos o quanto ele é interessante.

O leitor, nos dias de hoje, não é somente aquele que posa com o autor para uma selfie em um dia de lançamento, é muito mais do que isso: é aquele que, por muitas vezes, também quer fazer parte da cena literária através de seus perfis em redes sociais. Portanto, o espaço ocupado por leitores no *Instagram* é de fulcral importância para o processo de visibilidade do livro, e ele se dá de variadas formas. Ao procurarmos por *hashtags* que estivessem relacionadas semioticamente com o campo literário, é possível encontrar uma ampla quantidade de perfis, não necessariamente ligados à literatura: um dos campeões de seguidores é o “Hot Dudes Reading”, com fotos de rapazes considerados bonitos lendo na rua ou no metrô – esse perfil possui mais de um milhão de seguidores. Outro também bastante popular e citado na rede é o “Dog Book Club”, com mais de 10 mil seguidores: ele exibe, basicamente, fotos de cachorros com livros. Abaixo, podemos visualizar uma tabela com os perfis de *Instagram* selecionados para análise, com seu número de publicações, seu número de seguidores e o número de perfis seguidos por cada conta⁷⁷:

⁷⁶ Dados retirados de <https://www.aguerradoseo.com.br/infografico-dados-do-instagram-em-2017/>. Acesso em 08/07/2018, 09:12h.

⁷⁷ Dados coletados em 10/07/2018, 19:20h, na rede social *Instagram*.

Tabela 1 - Números dos perfis selecionados no Instagram

Perfil	Número de publicações	Número de seguidores	Seguindo
Homoliteratus	122	9.799	1.689
Me indica um livro	65	8.678	3.589
Achados e lidos	758	11.400	1.020
Subway Book Review	781	105.000	356
Livrogram	153	13.600	320
Um livro por dia	837	8.259	784
Bookcvlt	240	2.300	250
Darnius	1.140	2.761	397
Grifei num livro	622	26.800	18
Encontro de Leitores	863	6.548	1.006

Para essa pesquisa, buscamos alguns perfis que se voltassem de maneira mais evidente à análise de livros ou algo relacionado diretamente ao mercado editorial. Selecionamos dez “perfis literários” para realizar uma pequena análise de como a visibilidade do livro ou do autor pode ocorrer nessa rede social para criarmos essa tabela, que nos ajuda a visualizar alguns indicadores importantes, como, por exemplo, a quantidade de publicações (que pode demonstrar o quanto o perfil é ativo na rede, levando-se em consideração a data de criação dele) e o número de seguidores (ou seja, o alcance que estas publicações podem ter).

a) Subway Book Review

Criado por Uli Beutter Cohen⁷⁸, destina-se a tornar públicas fotos em preto-e-branco, tiradas no metrô, de leitores segurando um livro que estavam lendo ao serem abordados pelo fotógrafo, com recomendações e opiniões sobre a história. O leitor aparece em close na foto, e a legenda dela é seu testemunho sobre a escolha do livro, ou uma explicação sobre o enredo. É internacional e possui grande popularidade na rede literária, sendo citado por muitos sites como um caso de sucesso dentro dos perfis de *Instagram* voltados para a literatura. Aqui, podemos conferir alguns exemplos:

⁷⁸ Perfil disponível em: <https://www.instagram.com/subwaybookreview/>



Figura 3 - Primeiro exemplo de foto disponível no Instagram do Subway Book Review⁷⁹



Figura 4 - Segundo exemplo de foto proposta no Subway Book Review⁸⁰

⁷⁹ Foto disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bj7X6f3hC5E/> . Acessada em: 10/07/2018, 21:15h.

⁸⁰ Foto disponível em: <https://www.instagram.com/p/BjpuO1vBYB7/> . Acessada em: 10/07/2018, 21:40h.



Figura 5 - outro exemplo retirado do perfil de Instagram Subway Book Review⁸¹

b) Achados e lidos

Perfil literário brasileiro⁸² vinculado ao blog homônimo, escrito pelas jornalistas Mariane Domingos e Tainara Machado, que compartilham a paixão pela leitura e lamentam a inexistência da profissão de “leitor profissional”. O blog traz resenhas sobre livros e propõe uma discussão coletiva de um livro proposto a cada mês, no esquema “clube da leitura”, além de citações, “listas literárias” e discussões de temas da atualidade ligados à autores ou obras.⁸³ O perfil no *Instagram* é como um resumo imagético do blog, e promove a exposição de capas de obras e citações, além de permitir a interatividade com seus leitores através de perguntas.

⁸¹ Foto disponível em: <https://www.instagram.com/p/BgePIq7Ao-M/>. Acessada em: 10/07/2018, 23: 22h

⁸² Perfil disponível em: <https://www.instagram.com/achadoselidos/>

⁸³ Para saber mais: <http://www.achadoselidos.com.br/>



Figura 6 - Exemplo de resenha disponível no perfil Achados e lidos.⁸⁴

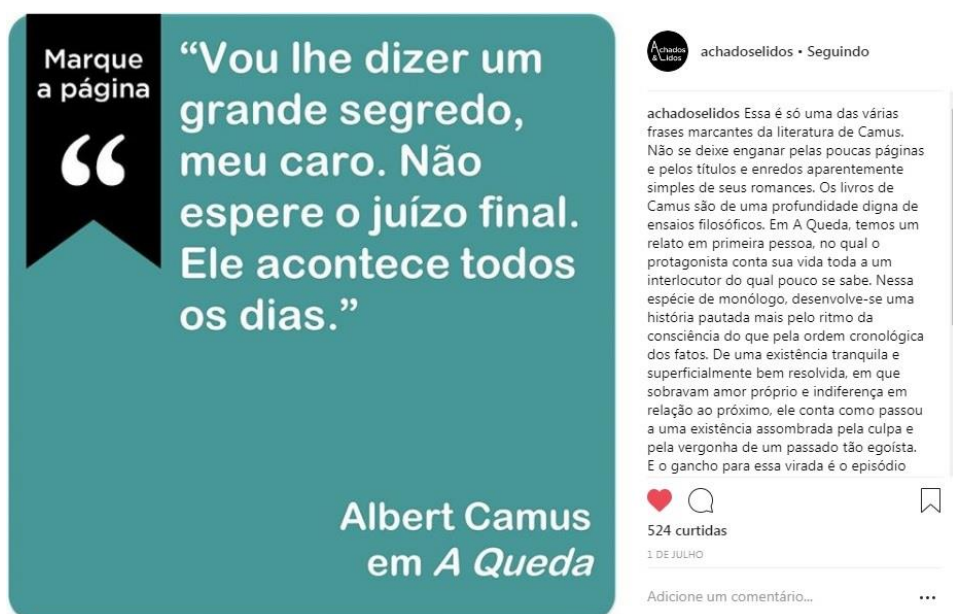


Figura 7 - exemplo de aforismo presente em Achados e lidos⁸⁵

⁸⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bk0uUa4nH-f/>. Acessado em: 11/07/2018, 9: 10h.

⁸⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BktEvm6Hqf9/>. Acessado em: 11/07/2018, 9: 36h.



Figura 8 - Exemplo de pergunta lançado ao público em Achados e lidos⁸⁶

c) Homoliteratus

Perfil literário⁸⁷ do site já bastante conhecido Homoliteratus, que aceita publicações de leitores não especializados, chamados de “colaboradores”. O site possui podcast (canal com áudios sobre um determinado assunto) literário, artigos sobre livros e a atualidade, além de cursos como “seja um escritor”.⁸⁸ O perfil no *Instagram* tem um número relevante de seguidores (perto de dez mil) e também é bastante indicado por sites e blogs de literatura. Suas publicações voltam-se para a divulgação de obras, concursos literários (o que pode atrair bastante o escritor iniciante ou não publicado), fotos de escritores consagrados e postagens de memes literários.

⁸⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BIEIjcznywE/>. Acessado em: 11/07/2018, 10:15h.

⁸⁷ Perfil disponível em: <https://www.instagram.com/homoliteratus/>.

⁸⁸ Para saber mais: <https://homoliteratus.com/>.

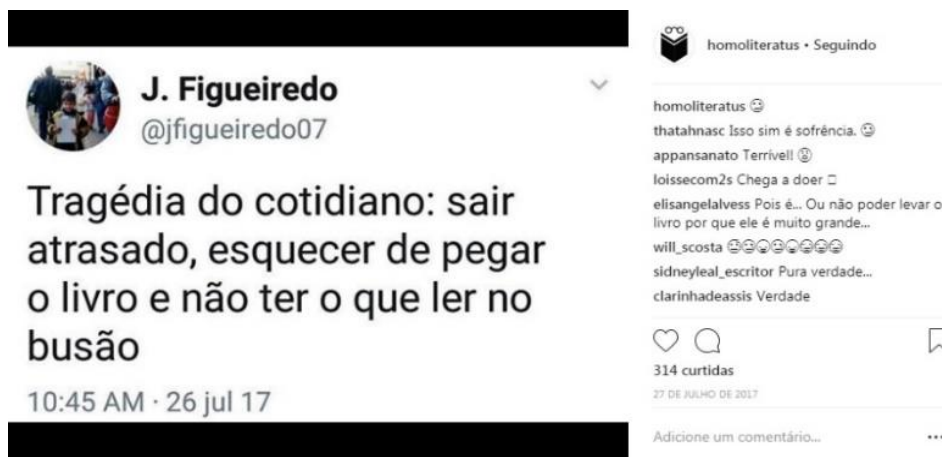


Figura 9 - exemplo de "meme literário" publicado por Homoliteratus⁸⁹



Figura 10 - Exemplo de divulgação de escritores publicado por Homoliteratus⁹⁰

d) Livrogram⁹¹

⁸⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BXEfEfKA3pn/>. Acessado em: 11/07/2018, 11: 20h.

⁹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BW2OhqtAwAL/>. Acessado em: 11/07/2018, 11: 53h.

⁹¹ Perfil disponível em: <https://www.instagram.com/livrogram/>.

Promove, na maioria das postagens, a foto da capa do livro em close, cuja legenda é uma opinião (às vezes, misturadas com alguns depoimentos da vida pessoal) sobre a leitura.



Figura 11 - Exemplo de depoimento proposto pelo Livrogram⁹²

e) Bookcvlt

Difere-se dos demais perfis literários por não estar veiculado a nenhum site, blog ou conta do *YouTube*, além de propor a publicação somente de capas de livros antigas⁹³. É internacional e citado somente em sites especializados em indicação de perfis literários que não obedecem ao padrão capa/ resenha.

⁹² Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BZHuvZkntau/>. Acessado em: 11/07/2018, 15: 40h.

⁹³ Perfil disponível em: <https://www.instagram.com/bookcvlt/>.



Figura 12 - Exemplo de publicação proposta por Bookcvlt⁹⁴

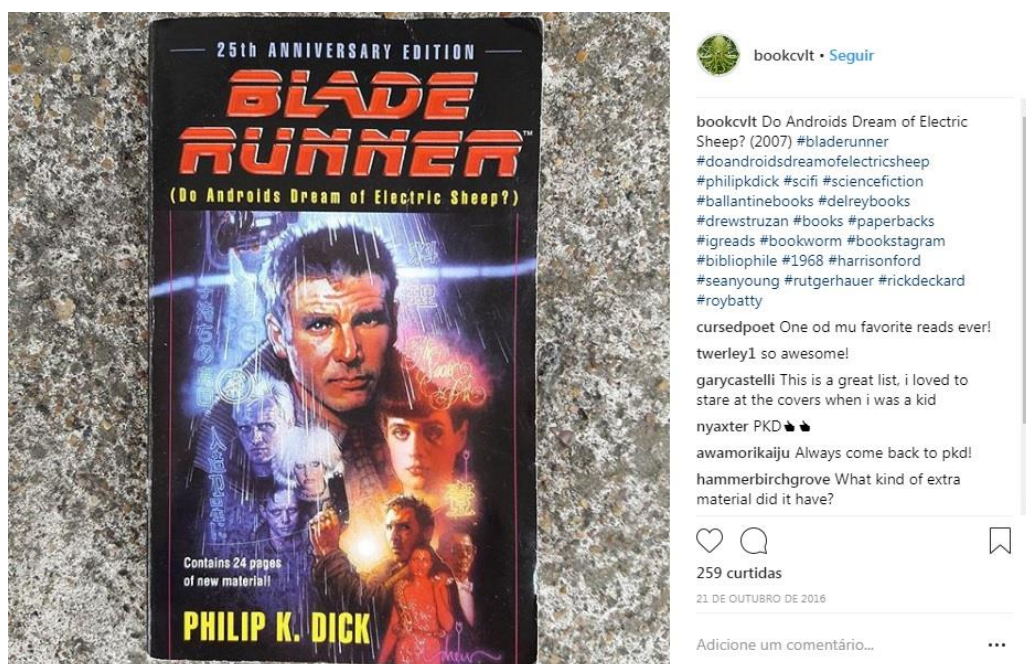


Figura 13 - Outro exemplo de publicação proposta por Bookcvlt⁹⁵

⁹⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BDmBNOEyGnd/>. Acessado em: 12/07/2018, 10: 05h.

⁹⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BL1Z98kAACj/>. Acessado em: 12/07/2018, 11: 20h.

f) Encontro de Leitores

Criado pela mestra em literatura e autora Amanda Alves, o perfil literário⁹⁶ é veiculado ao blog homônimo⁹⁷, que traz dicas de leituras, um serviço de “clube do livro” e outro de busca e cotação de livros difíceis de serem encontrados no mercado, com entrega na casa do solicitante caso seja efetivada a compra (é chamado de “Serviço Facilita”). O perfil de *Instagram* é uma grande mistura de tendências em publicações: fotos de capas de livros, fotos de leitores com livros, citações, resenhas, fotos de páginas de livros, memes. Buscou interatividade com seus seguidores durante a Copa do Mundo de Futebol de 2018, promovendo “embates literários” com votações de livros de autores de diferentes países, de acordo com as seleções presentes no torneio. Ao publicar a capa do livro, traz um trecho destacado pela dona do perfil e uma breve exposição do enredo.



Figura 14 - Exemplo de escolha para público proposta por Encontro de leitores⁹⁸

⁹⁶ Perfil disponível em: <https://www.instagram.com/encontrodeleitores/>.

⁹⁷ Para saber mais: <http://encontredeleitores.com/index.php>.

⁹⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BIGyAugH0sn/>. Acessado em: 13/07/2018, 8: 26h.



Figura 15 - Exemplo de resenha proposta por Encontro de leitores⁹⁹

g) Darnius

Outro perfil internacional¹⁰⁰, que tem como proposta unir a paixão do dono de perfil por literatura e fotografia. O resultado é a publicação de fotos de capas de livros esteticamente bem-elaboradas, que utilizam contraste de cor, jogo de luz e sombra, planejamento de cores, entre outros elementos estéticos. Ao contrário de muitas publicações na rede social, onde a capa do livro vem acompanhada de vários objetos circundando-os em ambientes coloridos, nesse o resultado quase sempre é sóbrio. Nas legendas das fotos, encontramos um trecho do livro, uma análise da imagem da capa e comentários em primeira pessoa sobre o enredo e o processo de leitura. Não se encontra veiculado a nenhuma outra conta de rede social.

⁹⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BjDxuFVnFcL/>. Acessado em: 13/07/2018, 8: 52h.

¹⁰⁰ Perfil disponível em: <https://www.instagram.com/darnius/>.



Figura 16 - Exemplo de publicação proposta por Darnius - predominantemente branca¹⁰¹



Figura 17 - Outro exemplo de publicação proposta por Darnius - predominantemente bege.¹⁰²

¹⁰¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bh9ZUNwIVil/>. Acessado em: 13/07/2018, 10: 24h.

¹⁰² Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BiOS09YFa5M/>. Acessado em: 13/07/2018, 11: 05h.

h) Um livro por dia

Outra conta brasileira não veiculada a nenhuma outra de rede social¹⁰³, cuja única informação que temos sobre a autoria do perfil é a designação da profissão: jornalista, sendo uma conta praticamente anônima. Traz ilustrações sobre pessoas lendo, citações e capas de livro cuja legenda é a resenha da obra reproduzida.



Figura 18 - Proposta de publicação de Um livro por dia¹⁰⁴

i) Grifei num livro

Perfil com proposta de publicar páginas de livro grifadas de forma manual ou digitalmente¹⁰⁵, veiculado à página homônima da rede social *Tumblr*. Possui um grande número de seguidores e alta interatividade do público, que participa enviando fotos dos

¹⁰³ Perfil disponível em: <https://www.instagram.com/umlivropordia/>.

¹⁰⁴ Acessível em: <https://www.instagram.com/p/BhwG3FiHpjy/>. Acessado em: 13/07/2018, 11: 32h.

¹⁰⁵ Perfil disponível em: <https://www.instagram.com/grifeinumlivro/>.

livros sublinhados. A inovação se dá inclusive por publicar não somente páginas impressas, mas também partes destacadas de *Kindles*.

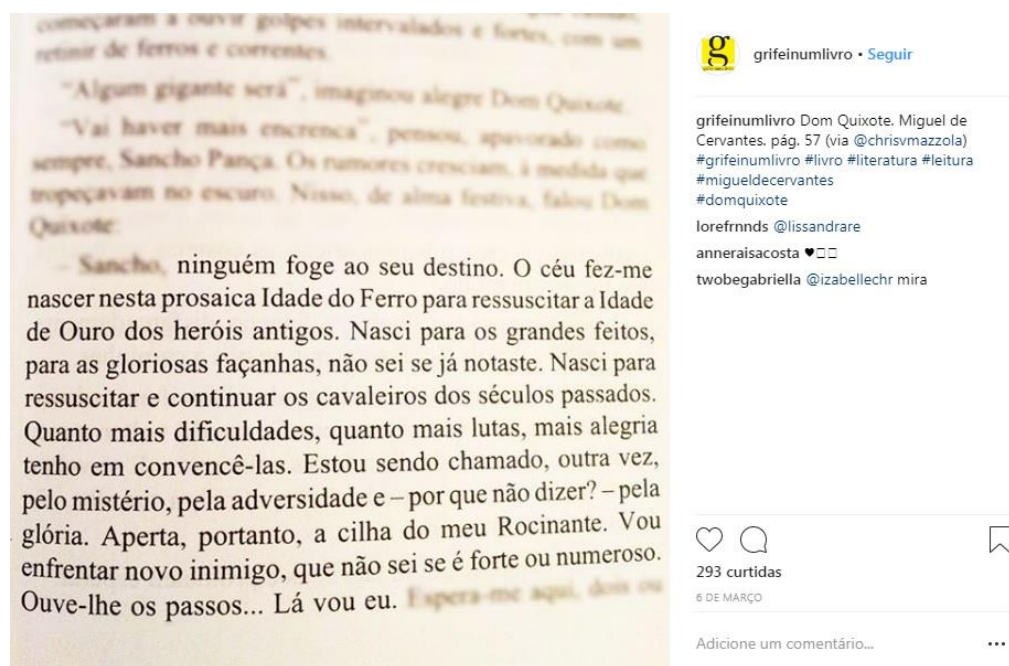


Figura 19 - Exemplo de publicação proposta por Grifei num livro, onde o destaque ao trecho é dado através do foco da foto¹⁰⁶

¹⁰⁶ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Bf_XPvMFpOR/. Acessado em: 13/07/2018, 13: 14h.

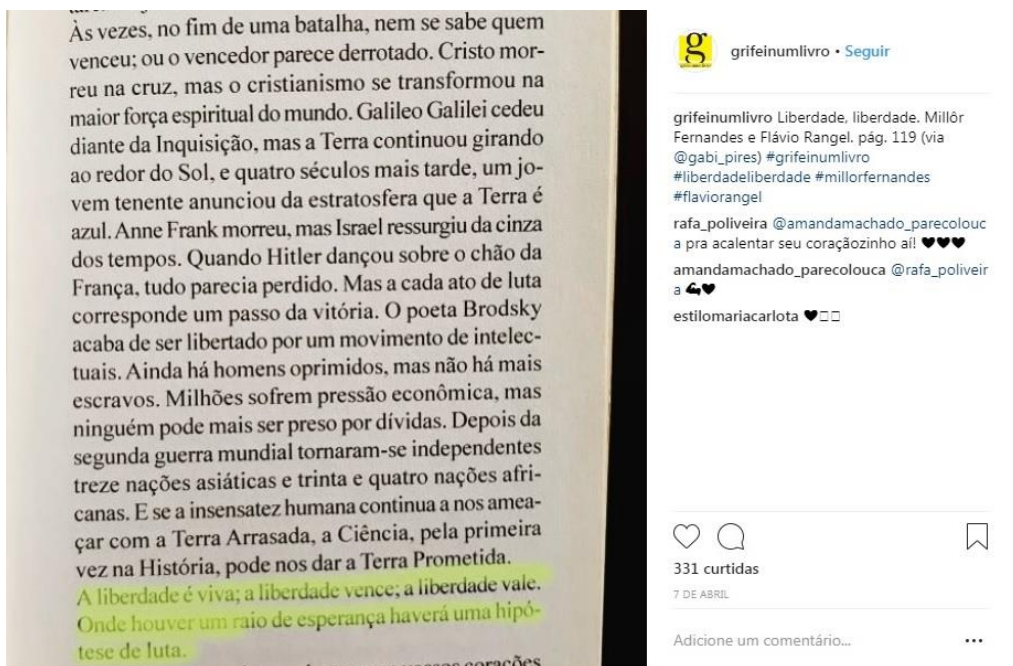


Figura 20 - Exemplo de publicação do mesmo perfil, onde o destaque do trecho é dado pelo grifo em amarelo¹⁰⁷



Figura 21 - Publicação de Grifei num livro em e-book¹⁰⁸

¹⁰⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/p/BhR_gdCIY-3/. Acessado em: 13/07/2018, 15: 40h.

¹⁰⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BIpWxf2g42u/>. Acessado em: 13/07/2018, 16: 12h.

j) Me indica um livro

Conta não veiculada a nenhuma rede social, cuja identificação na bio indica ao seguidor que os proprietários do perfil são livreiros “sem preconceitos”, que podem publicar obras da literatura contemporânea ou *best-sellers*. É interessante notar que o perfil¹⁰⁹ segue o esquema de publicação capa do livro com resenha na legenda, mas traz também a foto do autor para a publicação, além de pequena biografia. A imagem do autor aparece aqui referendando o nome na capa e satisfazendo a possível curiosidade imagética do leitor, conforme já mencionamos anteriormente no primeiro capítulo, ao abordarmos a questão da autoria nas mídias digitais.



Figura 22 - Exemplo de publicação de Me indica um livro, resenha¹¹⁰

¹⁰⁹ Perfil disponível em: <https://www.instagram.com/meindicaumlivro/>.

¹¹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BXD4500gbWn/>. Acessado em: 13/07/2018, 17: 26h.



Figura 23 - Outro exemplo do mesmo perfil, resenha¹¹¹

2.2.2.

Os *booktubers* e a presença dos leitores “especializados”

Assim como os leitores ocupam, gradualmente, mas de forma cada vez mais significativa a rede social *Instagram* (uma ideia que pode ser um pouco surpreendente ao pensarmos inicialmente nela, uma vez que a proposta originária da rede seria a divulgação de fotos do cotidiano), eles têm cada vez mais também ocupado o *Youtube* para comentar, debater e divulgar literatura, estando presente tanto como espectadores quanto na produção de conteúdo (*booktubers*).

É necessário apontar aqui algumas diferenças entre os produtores de conteúdo e suas respectivas redes (*Instagram* e *Youtube*). No “*Instagram* literário”, não temos, no geral, fotos do dono de perfil, conforme vimos anteriormente, são capas de livros, trechos das obras, etc, pouco aparecendo fotos do rosto do “dono do perfil”, do fotógrafo, enquanto no *Youtube*, o dono do canal é quem fala diretamente para a câmera, o tempo todo, tornando-se um rosto conhecido de seus espectadores.

¹¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BVDIcGKAHCx/>. Acessado em: 13/07/2018, 18: 06h.

Ele se torna conhecido dos espectadores de *booktube*, no entanto, seria errôneo chamá-los de leitores-celebridade, tampouco podem ser chamados de críticos. Qual papel cabe, afinal, ao leitor *booktuber* na literatura atual? Talvez possamos considerá-los leitores participativos¹¹², uma nova forma de divulgação da obra – se no *Instagram* temos a ausência do rosto desse divulgador, no *Youtube* ele está o tempo todo na tela. Eles podem ser considerados tanto como formadores de opinião quanto também como divulgadores de obras.

Os *booktubers* fazem, portanto, através também da sua presença, um trabalho um pouco mais contundente em relação aos *bookgrammers* para o mercado editorial, constituindo uma peça fundamental na atual estratégia de divulgação: produzem um vídeo onde estão segurando um livro, mostrando a capa; dizendo o quanto aquela obra deve ser lida e quanto aquele autor vale a pena. As descrições de enredo e as opiniões valorativas podem ser decisivas para a indução da compra de uma obra para seus espectadores. Eles conseguem, através do seu capital social, falar sobre um livro e com isso possivelmente gerar em seu espectador a vontade de lê-lo, como pode ser aferido nos inúmeros comentários disponíveis nos vídeos. A questão da leitura e dos leitores em tempos virtuais passa, portanto, por discussões sobre filtros-bolha e também sobre capital social. No entanto, ainda sobre reputação, vale ressaltar um trecho onde encontramos referências ao possível retorno de aparições na internet e os desdobramentos dela na vida real:

Na verdade, o termo mais utilizado nas discussões sobre a produção espontânea na web é “reputação”. Conforme Anderson (2006), a reputação construída em um blog, por exemplo, pode ser convertida em outras formas de valor, como um emprego, uma parceria, uma consultoria, estabilidade, etc. Do ponto de vista de lucros diretos, um blog de alta reputação (ou “autoridade”, conforme o site Technorati), ao atrair um número significativo de leitores, pode angariar mais cliques em propagandas e links de programas de parcerias. Além disso, ao receber mais links, esses blogs são mais bem ranqueados pelo *Google*, o que resulta recursivamente em crescente número de visitas. (Primo, 2009, p. 112)

Seria talvez, por conta da repercussão e dos acessos desses *booktubers*, que quase todos os perfis visitados possuem links de compra pela *Amazon*, empresa que já foi

¹¹² A ideia de leitor participativo será mais aprofundada no terceiro capítulo.

anteriormente citada no início desse capítulo, juntamente com o *Google*? De que forma estão atrelados capital social e filtros-bolha nos caminhos dos leitores no início do século XXI? Pretendemos discutir esse entrelaçamento posteriormente, pois é interessante, inicialmente, verificar o conteúdo de alguns desses vídeos.

Faz-se necessário, nesse ponto, esmiuçar o processo de escolha de *booktubers* e seus vídeos para a análise realizada posteriormente nesse capítulo. Primeiramente, observou-se um número expressivo de canais voltados, dentro do “universo *booktuber*”, para o público adolescente e jovem adulto, uma vez que essa faixa etária utiliza essa rede social de forma bastante constante. Para nossa análise, escolhemos somente *booktubers* que se voltam para o mercado adulto. Também podemos verificar a existência de vários canais que tratam de literatura e outros temas, como cinema, viagens, maquiagem, roupas, entre outros bens de consumo, sendo a nossa análise voltada para canais que se propõem a analisar somente livros. Dentre esses, também foi levado em consideração o alcance desses canais, através de visualizações e número de inscritos, e com isso chegamos a cinco perfis: Tatiana Feltrin, Isa Vichi, Mel Ferraz, Yuri Al’Hanati e Isabella Lubrano. Esses canais debatem com frequência a literatura contemporânea, mas também é possível encontrar vídeos sobre literatura canônica neles. Foram analisados três vídeos de cada *booktuber*, sobre livros já lidos pela pesquisadora.

a) Tatiana Feltrin, canal TNT

Um dos canais mais conhecidos atualmente por quem procura por comentários de leitores na rede *Youtube* é o canal homônimo da *booktuber* Tatiana Feltrin¹¹³, criado em 23 de setembro de 2007. A *booktuber* apresenta-se de maneira sóbria, com câmera geralmente em primeiro plano, mostrando a capa do livro, fazendo uso de linguagem culta, porém informal. É extremamente articulada e na maioria dos vídeos onde explica as obras literárias ressalta as partes interessantes do enredo sem contar o seu final, estimulando a curiosidade do espectador. É formada em Letras (Tradutora e Intérprete pela UMESP), pós-graduada em ensino de idiomas pelo Mackenzie, professora de

¹¹³ Para saber mais: <https://www.youtube.com/user/tatianagfeltrin>, acesso em 13/07/2018.

Inglês como segunda língua, e reconhecida por ser uma *booktuber* influente: seu canal de *Youtube* conta com 296. 810 inscritos e 30.168.577 visualizações¹¹⁴, um número expressivo. Também possui um site onde faz resenhas literárias, o *Tiny Little Things*¹¹⁵.

Recentemente, a *booktuber* esteve envolvida em uma discussão com o escritor brasileiro Ronaldo Bressane. O autor, em postagem na rede social *Facebook*, divulgou uma troca de e-mails com Tatiana, onde ela explicava os valores cobrados para a análise de obra em seu canal, que variam entre R\$2.000 a R\$ 5.000, dependendo do tipo de resenha. Ronaldo criticava o pagamento desses valores, dizendo que a prática se tratava de um “jabá”, que consiste em pagamento para divulgação de obra e, portanto, prática publicitária, sem que o consumidor tenha conhecimento desse pagamento. Muitos usuários da rede criticaram a atitude de Bressane nos comentários, alegando que Tatiana não deveria trabalhar de graça e que não consideravam um absurdo que vídeo com recomendações de leitura fosse pago. Após a repercussão do debate na mídia virtual, a *booktuber* colocou no ar, nas redes sociais, que nunca havia feito divulgação desses valores por entender que isso era algo que interessava mais a um autor que quisesse ter um livro comentado do que ao público em geral, mas que deixaria, de agora em diante, os valores que ela propõe expostos em suas páginas. Bressane apagou o post que motivou toda a confusão.

Esse debate no qual a *booktuber* esteve envolvida é interessante para nos fazer refletir sobre o papel do *booktuber*, do jornalismo cultural e da crítica especializada, que faremos mais adiante. Por ora, vamos somente descrever brevemente três vídeos que foram apreciados, como forma de ilustrar um pouco melhor a natureza deles.

A peste – Albert Camus

18.000 visualizações

2.700 curtidas¹¹⁶

¹¹⁴ Dados de 13/07/2018, 12:13h.

¹¹⁵ Para saber mais: <http://www.tatianafeltrin.com/>.

¹¹⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UBT2Ybj3Fpg>. Acessado em: 14/07/2018, 11:55h.

Esse vídeo foi feito com base em uma “encomenda” de leitores: Tatiana pede para que os espectadores votem, dentre as opções que ela apresenta, uma obra que eles gostariam de ver comentada, em uma sessão chamada “Você escolhe”. A obra ganhadora do mês foi “A peste”, do escritor argelino Albert Camus.

A *booktuber* começa seu vídeo explicando que essa obra despertou sua atenção quando foi recomendada por outra *booktuber*, Carmen Lúcia, que produz o canal *O que vi no mundo* (o link para o canal fica nos comentários). Faz uma breve leitura de orelha e paratextos, e posteriormente explica os personagens principais, chamando a atenção para a atmosfera criada pelo autor desde a primeira página. Correlaciona a obra apresentada com “Ensaio sobre a cegueira”, de José Saramago. Ao explicar os personagens, cria um clima de suspense ao falar de seus destinos, despertando a atenção de quem vê o vídeo:

O personagem ... vai ser acometido pela peste de um jeito muito triste... né... a peste vai chegar à sua família... não vou contar para vocês o que vai acontecer porque é um dos momentos mais tristes aqui desse livro, gente... em meio a toda a tragédia que tá acontecendo, esse momento aqui me pegou de jeito... mas enfim, é só pra gente ver que a peste não escolhe pessoas pela situação social nem nada do tipo, tá todo mundo ali no mesmo barco.¹¹⁷ (Feltrin, 2018)

Ao comentar o final do livro, avisa aos espectadores que poderá fazer algumas revelações sobre o enredo, e que quem não gosta de saber o final da obra antes de lê-la deveria pular aquele minuto. Quando termina sua narração sobre o final do enredo, faz um paralelo histórico com a obra, afirmando que a história seria uma metáfora da ocupação nazista durante a Segunda Guerra Mundial.

Termina o vídeo dizendo que ela começou a leitura marcando as partes que considerava interessantes a serem destacadas, mas acabou concluindo que marcaria o livro inteiro (mostra o livro todo marcado), concluindo assim que é uma obra de leitura altamente recomendável.

O vídeo possui link para compra no site *Amazon* na sua descrição.

¹¹⁷ Minuto 6’42” do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=UBT2Ybj3Fpg>.

Morte em Veneza/ Tonio Kröger – Thomas Mann

14. 767 visualizações

2.200 curtidas¹¹⁸

Na série “Grandes autores”, onde a *booktuber* pretende analisar obras clássicas da literatura mundial, escolhemos analisar o vídeo onde ela faz uma apreciação de “A morte em Veneza/ Tonio Kröger”, do autor alemão Thomas Mann (seria um único vídeo sobre as duas narrativas, uma vez que a edição analisada traz as duas narrativas no mesmo livro). Ela começa o vídeo enaltecendo as qualidades literárias do autor, mas faz a ressalva que o rebuscamento da forma escrita pode dificultar “os caminhos do leitor” no início da leitura.

Ela correlaciona as duas narrativas, explicando que os dois protagonistas são escritores, personagens autores.

Em “A morte em Veneza”, ela explica um pouco do enredo: a obsessão do autor por um menino mais novo e uma peste que assola a cidade. Ela destaca uma questão de tradução do livro para o português: “A morte em Veneza” x “Morte em Veneza”, mostrando algumas pesquisas sobre o assunto que retificam o título, sugerindo que semanticamente é necessária a permanência do artigo definido no título para o entendimento da história, e faz uma digressão sobre “a morte” ao longo dela. Tatiana procura mostrar aos espectadores os prenúncios dessa morte na narrativa, explicando que essa demanda uma leitura muita atenta desses “sinais”. Ela não fala sobre o final do livro, mas destaca a simbologia de alguns elementos na história, como os morangos, o gondoleiro, a presença constante da água.

Essa obra é correlacionada com *Lolita*, romance de Vladimir Nabokóv, pois um trecho dessa obra remete ao protagonista de “A morte em Veneza”: neste último, há a descrição de uma festa e nela o protagonista observa uma pessoa mais velha, que se vestia e agia como jovem, no meio de jovens. O encontro com essa pessoa seria um encontro com o duplo do protagonista, tal qual Humbert, personagem de Nabokóv,

¹¹⁸Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_8DpUqg80s0. Acessado em: 15/07/2018, 14:36h.

encontra um pedófilo em um saguão de hotel, seu duplo. O encontro dos personagens com seus “duplos” seria um ponto em comum entre as duas narrativas.

Em “Tonio Kröger”, ela analisa a obra que trata das memórias de um autor através do recorte “autobiográfico”, por exemplo: o protagonista tem um certo desgosto por suas feições latinas, pois era filho de uma italiana com um alemão, apaixonando-se somente por pessoas loiras, de olhos azuis; imediatamente a esse comentário a *booktuber* faz a ressalva de que o autor era filho de uma brasileira e de um alemão, sugerindo que sua leitura da obra foi correlacionada com fatos da biografia de Thomas Mann. Outro aspecto que ela menciona no vídeo é que a homoafetividade era um tema recorrente nas obras do autor, digredindo bastante em relação a esse tema.

Reitera a admiração pela qualidade literária do que ele produz, explicando: “Começo a acreditar que jamais lerei alguma coisa ruim escrita por esse homem”¹¹⁹ e termina o vídeo citando obras de não ficção utilizadas por ela ao ler Mann, que podem facilitar a leitura das obras: “História concisa da literatura alemã”, de Otto Maria Carpeux, e “Ensaio sobre literatura”, de George Lukács.

O vídeo possui link para compra no site *Amazon* na sua descrição.

Cem anos de solidão – Gabriel García Márquez

40.509 visualizações

5.100 curtidas¹²⁰

Começa o vídeo exaltando a obra, afirmando que certamente hoje ela se encontra entre os grandes clássicos da literatura universal, um livro praticamente obrigatório para qualquer leitor. Ressalta que algumas pessoas o indicam como o maior livro da literatura latino-americana, enquanto outros o apontam como uma das maiores obras da literatura de língua espanhola, perdendo somente para “D. Quixote de la Mancha”, de Miguel de Cervantes.

Tatiana afirma que, na época do lançamento do livro, em 1967, o autor não imaginava que o livro venderia tanto, e que aceitou publicá-lo porque achava que

¹¹⁹ Minuto 18’30” do vídeo https://www.youtube.com/watch?v=_8DpUqg80s0.

¹²⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=e3TUrdbiWq8>. Acessado em: 09/10/2018, 17:41h.

aquela era a sua obra mais relevante até então. Com essa publicação, Gabriel García Márquez, que era até então um autor conhecido, torna-se mundialmente famoso.

A *booktuber* afirma que o enredo é muito difícil de ser explicado, e que ela vai tentar resumi-lo de forma breve. O título seria uma alusão a um sentimento presente de maneira constante nos personagens, que são, de maneira geral, integrantes da família Buendía, através de um século. Ela explica a já conhecida confusão com relação à repetição dos nomes entre os integrantes da família, mostrando a árvore genealógica presente em sua edição, que geralmente integra o livro para facilitar a sua leitura.

Tatiana explica o desenvolvimento da família a partir da união de José Arcádio e Úrsula, além do início da cidade que eles ajudam a fundar, Macondo. Ressalta que com o decorrer dos fatos temos desde as situações mais banais aos mais extraordinários, como a chuva de flores com a morte de uma pessoa da família, o que coloca a obra como o grande marco do realismo mágico na América Latina.

Por se tratar de um livro que aborda a ascensão e queda de uma família, ela o correlaciona com “O som e a fúria”, de William Faulkner, e “Os Buddenbrook”, de Thomas Mann, ficando as relativas capas expostas no vídeo nesse momento.

Feltrin volta ao tema da solidão, aprofundando-o:

A solidão do livro não diz respeito somente à família Buendía, ou somente a cidade de Macondo, que fica tão afastada, e tudo mais. Todos os personagens, sem exceção, que aparecem aqui nessa história, sofrem de solidão de alguma forma. Eles se sentem isolados, desconectados do restante, por algum motivo, então isso também é uma coisa muito interessante da gente ir acompanhando aqui durante a leitura do livro.¹²¹ (Feltrin, 2018)

De acordo com Tatiana, a leveza e o bom humor predominam na narrativa, mas ela também traz momentos trágicos, de perda. A obra seria, de acordo com ela, uma “alegoria para a história da literatura latino-americana colonizada lutando para se livrar do colonialismo”¹²².

Continua contando um pouco do enredo, para depois apresentar a introdução na sua edição, escrita por Erik Nepomuceno, amigo pessoal do autor, onde ele conta um

¹²¹ Minuto 10’53” do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=e3TUrdbiWq8>.

¹²² Minuto 14’42” do mesmo vídeo.

pouco a história da escritura do livro e de como o autor deixou de fazer várias coisas por alguns anos para conseguir escrevê-lo. Ela mostra uma história em quadrinhos chamada “Gabo”, sobre o contexto histórico que ele vivia ao escrever a obra, com a capa exposta na tela. Recomenda a leitura de vários livros de não ficção que mencionam ou aprofundam alguns aspectos trazidos pela obra, e novamente a elogia, recomendando a leitura para todos.

O livro possui link de compra no site *Amazon*, bem como todos os outros mencionados pela *booktuber*. Ela disponibiliza, ainda, sua lista de desejos de livros, também disponível na *Amazon*.

b) Isa Vichi, canal Lidolendo

Engenheira de formação, Isa apresenta-se de forma bastante descontraída em seus vídeos, sorrindo bastante e criando uma atmosfera intimista com seus espectadores. O uso da linguagem é bastante informal. Novamente, temos a câmera em primeiro plano, com um estante de livros como fundo, onde a *booktuber* mostra a capa da obra sempre que fala sobre ela. Disponibiliza um “vídeo inicial” com várias aparições curtas, falando sobre ela. Seu canal conta com 28.099 inscritos, e está no ar desde 7 de abril de 2012, recebendo no total 1.027. 689¹²³ visualizações.

Stoner – John Williams

4.012 visualizações

523 curtidas¹²⁴

Isa Vichi começa o vídeo explicando como “descobriu” a obra, através de um filme europeu antigo, com enredo similar, provavelmente uma possível adaptação do livro. Tinha lido a versão datilografada, emprestada por uma pessoa da família, há muito tempo, e gostado muito. Elogia a iniciativa de edição da Editora Rádio Londres e explica o quanto gostou da obra.

¹²³ Dados acessados em 18/07/2018, às 13:04h.

¹²⁴ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=qL9kwh_4HqQ. Acessado em: 19/07/2018, 17:13h.

Posteriormente, faz um pequeno comentário sobre como um livro desconhecido se transformou em best-seller em 2003, fazendo a ressalva que fica “morrendo de pena” quando um escritor não é reconhecido em vida: “A pessoa escreveu uma obra tão sensível como essa e aí cai no esquecimento né, eu fico com peninha”¹²⁵.

O enredo é sobre as memórias de um professor universitário de literatura nos Estados Unidos, ao longo do século XX: o difícil início de sua vida como filho de camponeses no interior do país, seu amor pela literatura, sua ascensão cultural, econômica e social, seus desafetos dentro da política universitária, o fracasso no projeto de casamento e família, sua eterna busca (fracassada) pela felicidade. A *booktuber* restringe-se a tecer comentários opinativos sobre a obra, sem cobrir os detalhes ou empreender discussões mais aprofundadas sobre ela. Os personagens são descritos como “complexos” e o protagonista como “apático”, adjetivos que se repetirão ao longo do vídeo. Não há correlações com nenhuma outra obra, tampouco busca por textos que possam embasar as opiniões. Ao comentar o final do livro, ela critica bastante a revisão dele, destacando “sérios problemas, gravíssimos”, que podem macular a leitura de alguém mais atento:

(...) Perde muito, deixa o livro bem comprometido (...) eu, como leitora que paga pelo livro, eu quero ter no mínimo uma revisão caprichada porque eu acho que é isso que a gente merece. Eu já falei isso aqui uma vez e vou repetir que é como a gente comprasse um aparelho eletrônico, ele funciona, mas ele funciona com defeito, é exatamente isso, ele funciona, porque você consegue ler, mas ele veio com defeito.¹²⁶ (Vichi, 2015)

Isa Vichi não apontou nenhum erro de revisão como exemplo, somente afirmando que não é do tipo de leitor que procura erros, mas que eles eram muito explícitos, o que a deixou “entristecida”. Termina o vídeo apontando que, devido ao número de leitores que reclamaram dos erros de revisão com a editora, a Rádio Londres comprometeu-se a fazer uma nova revisão na próxima edição, já que a primeira estaria esgotada.

O vídeo não possui link para compra.

¹²⁵ Minuto 2’27” do vídeo https://www.youtube.com/watch?v=qL9kwh_4HqQ.

¹²⁶ Minuto 9’45” do mesmo vídeo.

A noite devorou o mundo – Pit Agarmem

2. 358 visualizações

384 curtidas¹²⁷

A *booktuber* começa o vídeo elogiando o título e a capa da obra, além do próprio livro, segundo ela, um dos melhores livros de 2014. Revela que tomou conhecimento do livro através da indicação de outra *booktuber*, Naiara, do *Intimidade não cabe aqui*, fazendo um agradecimento a ela.

Explica de forma sucinta o enredo, descrevendo o protagonista, Antoine, como um escritor antissocial que acorda na biblioteca do apartamento de uma amiga, onde se refugiou na noite anterior, enquanto havia uma festa acontecendo. Sem saber como manter contato com as pessoas presentes, tranca-se na biblioteca com bebidas, adormecendo, e na manhã do dia seguinte descobre que está envolvido em um acontecimento surreal: um apocalipse zumbi, do qual ele é o único sobrevivente.

Ela reafirma com frequência que o livro não é um livro sobre zumbis, mas paradoxalmente o compara a livros sobre zumbis durante a explicação. Posteriormente, ela afirma que o livro “é uma fábula”, em outras palavras, um livro que trata de forma alegórica da sensação de solidão do homem contemporâneo, de não-pertencimento e desajuste social perante a sociedade.

Isa explica, por exemplo, que o protagonista resolve ficar no apartamento e não fugir, formando barricadas nas entradas, sentindo-se seguro ali. Cabe, nesse ponto, algumas informações sobre a narrativa¹²⁸: o livro é escrito em primeira pessoa, e é dentro desse apartamento que nós, enquanto leitores, vamos conhecer a história desse protagonista, sua sensação de fracasso em relação às mulheres, à carreira literária (ele acaba se tornando um autor relativamente conhecido de livros “românticos”, de fácil leitura), à vida – acima de tudo, ali, preso naquele apartamento, é que sabemos de sua invisibilidade social, de seus poucos amigos e suas tragédias cotidianas, através do seu diário do apocalipse. Sentindo-se seguro dentro do prédio, onde havia bastante comida,

¹²⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EsKzwYCM5X4>. Acessado em: 28/07/2018, 20:12h.

¹²⁸ A explicação da narrativa é baseada tanto na apreciação da *booktuber* quanto na minha própria leitura.

ele vai contando ao leitor a sua história, ficando meses por ali, não menos sozinho do que ele já se sentia anteriormente, no mundo pré-apocalíptico:

Ele começa a questionar a própria existência dele, por que ele foi o único sobrevivente. E ele chega à conclusão que até mesmo no apocalipse zumbi ele é um excluído da sociedade (risos). Se no mundo normal ele era uma pessoa que ninguém ligava, ali também. Só que tem um porém, hoje em dia ele é mais notado pelos zumbis do que pelas pessoas na época, porque ele passava pelas pessoas e ninguém via, ele era invisível, e os zumbis querem comê-lo (risos). (...) Ele percebe que ele precisa mais dos zumbis do que os zumbis precisam dele.¹²⁹ (Vichi, 2015)

Novamente, não temos a presença de textos de apoio para embasar opiniões, e tampouco a correlação com qualquer outra obra que aborde a questão da angústia contemporânea. Termina o vídeo fazendo novamente elogios ao livro, e promovendo o sorteio de um exemplar.

O vídeo não possui link para compra.

Cordilheira – Daniel Galera

2.216 visualizações

293 curtidas¹³⁰

Começa o vídeo defendendo-se da “acusação” de que não lê literatura brasileira, dizendo que lê muito, mas que “não lê muito os mortos, eu prefiro ler os vivos, entendeu? (risos)”¹³¹. Afirma que comprou o livro porque era do Daniel Galera, uma autor que ela aprecia, analisando o título e a capa e explicando o funcionamento da coleção “Amores Expressos”, da Companhia das Letras, onde os escritores brasileiros contemporâneos eram enviados para morar um tempo em alguma cidade em outro país, para escrever uma narrativa relacionada à esse lugar. Enumera os vários prêmios recebidos pelo livro, elogiando o autor e a obra.

Isa afirma que o livro despertou nela sentimentos ambíguos, “amor e ódio”, começando a contar o enredo com a descrição da protagonista Anita. Anita é uma

¹²⁹ Minuto 5’30” do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=EsKzwYCM5X4>.

¹³⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XlsaU0OJsSM>. Acessado em: 04/08/2018, 18:42.

¹³¹ Minuto 0’29” do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=XlsaU0OJsSM>.

jovem escritora de sucesso, enfrentando um processo de profundo questionamento com relação à vida, uma protagonista em crise, imersa em um relacionamento insatisfatório, que encontra em uma ida a Buenos Aires, por conta do seu trabalho, a possibilidade de repensar suas escolhas. Isa Vichi explica que no início do livro ela “perde a paciência” com a protagonista, imaginando que talvez o autor tivesse criado uma personagem equivocada e fútil:

Cara, eu não tô acreditando que Daniel Galera me escreveu um chick-lit (risos) com uma personagem chata e insuportável que fica nesse mimimi de ‘quero ser mãe’ (...) não acredito, tem que ter alguma coisa a mais, Daniel Galera não vai fazer isso comigo (risos). E ele realmente não fez isso comigo, tá?¹³² (Vichi, 2015)

A *booktuber* declara que, apesar da antipatia inicial à protagonista, optou por continuar a ler o romance e que passou a entender algumas ações da personagem. Elogia bastante o autor pelo sucesso ao construir uma personagem feminina apesar de ser homem – segundo ela, ele consegue dar conta de construir de forma verossímil a voz feminina.

Depois de dar sua opinião sobre a protagonista, ela fala das estranhezas dos personagens que ela encontra em Buenos Aires, contando parte do enredo de maneira bastante informal. Afirma que “Cordilheira” é um livro sobre escritores, que trata das fronteiras entre o real e o ficcional:

Daniel Galera leva a gente a pensar assim no que separa a arte da vida. Se os escritores se envolvem tanto com seus personagens, tudo bem, não a ponto de vivê-los, mas assim, num processo criativo né, os escritores, será que se acontece isso mesmo (...) onde fica esse limite da realidade com a ficção.¹³³ (Vichi, 2015)

Termina o vídeo reinterando a recomendação da obra e elogiando o autor, indicando-o como “um autor de qualidade”.

O vídeo não possui link para compra.

b) Mel Ferraz, canal Literature-se

¹³² Minuto 3’09” do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=XlsaU0OJsSM>.

¹³³ Minuto 10’22” do mesmo vídeo.

Canal de *booktube* também conhecido, criado pela jovem estudante de Letras/Estudos Literários em São Paulo, e que conta com 88.376 inscritos e 4.532.305 visualizações (a inscrição da conta data de 15/07/2010)¹³⁴. Mel Ferraz aborda vários assuntos relacionados à literatura em seu canal, não somente restringindo-se a fazer vídeo-resenhas, como “Livros clássicos que me mudaram”, “Teste: você é mesmo uma traça de livros”, além de resenhas de livros que constam nas provas de ingresso em universidades de São Paulo, etc. Divulga bastante seus outros perfis em redes sociais e realiza a mesma ambientação/filmagem de outros *booktubers*: câmera em primeiro plano, estantes de livros ao fundo. A *booktuber* aparece sempre bem maquiada em seus vídeos, faz uso de linguagem informal, apresentando uma postura bastante sóbria ao realizar suas resenhas.

Sono – Haruki Murakami

7.602 visualizações

Número de curtidas não disponibilizado¹³⁵

A *booktuber* começa seu vídeo apresentando o autor ao espectador, revelando que esse era o primeiro livro que ela teve a oportunidade de conhecer dele. Argumenta que sempre teve curiosidade pelo trabalho de Murakami, mas que dispõe de pouco tempo para lê-lo, e que essa obra retratada na resenha seria um começo ideal para se tomar conhecimento dele, uma vez que ela é “mais curta”. Mel classifica “Sono” como um conto, apesar da narrativa ter mais de cem páginas.

Ela afirma que a temática do sono atrai muito a curiosidade do leitor. Explica sucintamente o enredo, uma mulher que vive no Japão e, repentinamente, começa a não dormir mais, sem demonstrar qualquer tipo de cansaço pela privação do sono. A protagonista começa a “aproveitar” esse tempo extra realizando tarefas praticamente impossíveis para uma pessoa “normal”, lendo “Anna Karênina”, de Leon Tolstói, em tempo recorde (três vezes em uma semana). Ressalta o fato do nome da protagonista não ser revelado pelo narrador, fazendo uma longa análise do assunto, quando tenta

¹³⁴ Dados acessados em 04/08/2018, às 19:08h.

¹³⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KFTy4Nj2Ri0>. Acessado em: 23/11/2018, 19:20h.

aventar hipóteses para esse anonimato. Posteriormente, esmiúça a vida da protagonista, discorrendo sobre a relação dela com o marido, com o filho, e acima de tudo, com seu sono. Nesse ponto do vídeo, ela retoma a curiosidade do público sobre a temática escolhida pelo autor, e começa a falar do sono dela própria, talvez para tentar demonstrar o quanto o tema da narrativa é próximo do leitor: “Eu, graças a Deus, durmo muito bem, sou uma pedra dormindo, mas eu confesso que fiquei com um pouquinho de medo, de receiozinho dessa questão da paralisia do sono”¹³⁶.

Termina a resenha questionando se o livro é sobre o sono ou se ele seria uma abordagem metafórica para a morte, elogiando, de forma veemente, as ilustrações do livro (trabalho da Kat Menschik) e a edição da Alfaguara.

O vídeo possui link para compra no site *Amazon* na sua descrição.

Americanah – Chimamanda Ngozi Adichie

7.941 visualizações

651 curtidas¹³⁷

Mel Ferraz começa o vídeo explicando o título, que é uma referência crítica ao sotaque americano adquirido por nigerianos ao passarem temporada nos Estados Unidos. A palavra “americanah” é explicada dentro do enredo, quando uma personagem a utiliza pela primeira vez ao falar com a protagonista da história, uma gíria quase pejorativa.

Explica o enredo da obra analisada sem fazer revelações sobre ele, em linhas gerais, a obra retrata a vida de uma jovem nigeriana, Ifemelu, que por conta das greves da sua universidade na Nigéria acaba imigrando para os Estados Unidos, para terminar seus estudos acadêmicos por lá, deixando sua família e seu grande amor, Obinze, na Nigéria. A obra retrata a condição de imigrante de Ifemelu nos Estados Unidos, sua luta por sobrevivência, seus percalços e o distanciamento cada vez maior com relação ao que ficou em seu país, desde as pessoas até a sua cultura, além de retratar o racismo em relação aos imigrantes africanos. O livro começa com a situação atual da

¹³⁶ Minuto 5’09” do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=KFTy4Nj2Ri0>.

¹³⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Q-ycsbyrBnI>. Acessado em: 04/08/2019, 19:50h.

protagonista, treze anos depois da imigração, onde ela é uma bem-sucedida escritora de blog, com a cidadania americana conseguida através do seu trabalho dentro da área de Comunicação Social, e seu desejo de retorno ao país natal, sendo contado em flashbacks. O livro seria, portanto, de acordo com a *booktuber*, sobre “a perda e reconstrução de uma identidade, porque ela se vê em um outro país, sendo modificada por esse outro país, tendo sua cultura modificada por outro país (...)”.¹³⁸

Mel Ferraz afirma que o efeito de verossimilhança conseguido pela autora é muito forte, e que o leitor de fato passa a acreditar que a história narrada é possível, pode ser real, inclusive, e ao mencionar o poder a força desse efeito para o leitor, coloca uma mensagem na tela: “Fiquei com uma leve impressão de que há traços autobiográficos na protagonista”¹³⁹, sugerindo que a autora, uma imigrante nigeriana nos Estados Unidos, possa ter utilizado experiências pessoais para construir sua protagonista.

Afirma que chorou ao terminar de ler “Americanah”, declarando que o livro “realmente mexe com o leitor, encanta, prende o leitor na história, sabe?”¹⁴⁰

Quando termina a resenha sobre o enredo, anuncia que vai ler os outros livros da autora, voltando a elogiar muito a obra e indicando no e-book (mostra o Kindle) a aquisição de “Sejamos todas feministas”, da mesma autora. Termina o vídeo elogiando Chimamanda, dizendo que ela é “muito articulada” ao mostrar sua foto no vídeo.

O vídeo possui link para compra no site *Amazon* na sua descrição.

Quarto de despejo – Carolina Maria de Jesus

4.513 visualizações

Número de curtidas não disponibilizado¹⁴¹

A *booktuber* começa explicando um pouco do contexto da obra e da autora, afirmando que “o livro é um tapa na cara da sociedade, um tapa na cara do leitor,

¹³⁸ Minuto 4’40” do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=Q-ycsbyrBnI>.

¹³⁹ Minuto 7’08” do mesmo vídeo.

¹⁴⁰ Minuto 7’55” do mesmo vídeo.

¹⁴¹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=7uo_pNGNttg. Acessado em: 04/08/2018, 21:00h.

principalmente do leitor acomodado, principalmente do leitor de classe média alta, enfim, principalmente nós, não é mesmo?”¹⁴²

Elogia a escolha do editor em manter os erros ortográficos da escrita original, criticando, em contrapartida, a edição e manipulação de conteúdo no processo de seleção de trechos para o texto final, onde a supressão de fragmentos foram marcados com recursos gráficos.

Posteriormente, faz um breve resumo da “essência” da obra, o cotidiano da autora na comunidade do Canindé, em São Paulo, as experiências e reflexões de uma mulher pobre, negra, mãe, catadora, indicando o livro para todos, alegando ser de fácil leitura (fácil no sentido do não hermetismo).

Mel também comenta um pouco o título do livro, explicando uma confusão com a edição que ela leu para fazer a resenha: segundo ela, era uma edição antiga da biblioteca da faculdade onde estuda, que precisou ser encadernada (mostra o livro no vídeo), e que ao ser encadernada houve um erro de escrita do título, que se tornou “Quarto de desejo”, o que, segundo a resenhista, também poderia fazer sentido, levando-se em consideração o contexto da obra.¹⁴³

Ela também comenta a tradução do livro para o inglês (traduzido como “Child of the Dark”), também disponível na biblioteca de sua universidade, destacando a supressão dos erros ortográficos e a total ausência do registro informal, o que, de acordo com sua opinião, acarretou na significativa perda de qualidade da obra.¹⁴⁴ Ressalta, ainda, a modificação da estrutura da narrativa, com a supressão de algumas datas e o aglutinamento de outras na obra traduzida.

Antes de concluir sua resenha, mostra um livro, baseado em uma tese de doutorado, “A vida escrita de Carolina Maria de Jesus”, de Elzira Divina Perpetua, recomendando sua leitura.

Termina o vídeo novamente elogiando a obra.

O vídeo possui link para compra no site *Amazon* na sua descrição.

d) Yuri Al’Hanati, canal Livrada

¹⁴² Minuto 1’15” do vídeo https://www.youtube.com/watch?v=7uo_pNGNttg.

¹⁴³ Minuto 4’47” do vídeo https://www.youtube.com/watch?v=7uo_pNGNttg.

¹⁴⁴ Minuto 4’43” do mesmo vídeo.

O canal Livrada é realizado pelo paratiense Yuri, que se formou em Jornalismo pela Universidade Federal do Paraná. O jornalista já tinha há algum tempo um blog homônimo, também sobre literatura, quando decidiu criar o canal no *Youtube* para ampliar a divulgação de suas resenhas, inscrevendo-se nessa rede social em 15/07/2014¹⁴⁵. Ele manteve as duas plataformas e publica com frequência nas duas, alternando-se.

Os vídeos também são feitos na frente de estantes de livros, com câmeras quase sempre em primeiro plano, sendo o diferencial do *booktuber* seu estilo extremamente informal (com uso, inclusive, de palavrões), polêmico e irônico. Em alguns vídeos, é possível vê-lo com um copo de vinho na mão enquanto faz a resenha. Assume posições políticas (de esquerda), algo que outros *booktubers* evitam fazer, lançando inclusive um vídeo de recomendações de leitura para o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, na circunstância de comentários de uma internauta de que seria impossível alguém ler cinquenta e cinco páginas por dia. O vídeo recomenda leituras que se relacionam direta ou indiretamente com o assunto prisão, seja pelo título, como, por exemplo, “Enclausurado”, de Ian McEwan, seja pelo contexto da obra, como “O processo”, de Franz Kafka.¹⁴⁶

O humor sarcástico permeia as vídeo-resenhas do *booktuber*, conforme mencionado anteriormente, e o nome do canal talvez esteja relacionado com seu hábito de bater com o livro na perna (ou em algo) antes de começar a resenha.

O canal conta não somente com resenhas, mas também com entrevistas com autores e cobertura de eventos literários, como a Flip (Festival Literário Internacional de Paraty) 2018, que é mostrada no vídeo introdutório do canal.

Yuri conta com 26.497 inscritos no canal, que possui 1.215.152 visualizações.

O sol na cabeça – Geovani Martins

2.960 visualizações

519 curtidas¹⁴⁷

¹⁴⁵ Dados acessados em 19/08/2018, 11:58h.

¹⁴⁶ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=-MzLQZhseAA>.

¹⁴⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bb5qeYVgbx0>. Acessado em: 19/08/2018, 19:20h.

O jornalista começa o vídeo fazendo uma ressalva, dizendo que ia falar para “acabar com as críticas” que foram feitas não à obra, mas ao marketing em torno dela. Começa, portanto, elogiando bastante o livro, dizendo que a prosa do autor estreante “está muito completa”, ressaltando as qualidades tanto do livro quanto do autor.

Ele explica, em linhas gerais, algumas situações que estão presentes nos contos do livro, como o Ano-Novo em Búzios, visões de criança sobre o mundo, a vida no subúrbio, entre outros temas, feitos de forma muito competente por Geovani. Yuri acredita que o autor seja um herdeiro da geração mimeógrafo com relação ao uso da linguagem oral nos seus textos, lendo partes de contos para exemplificar seu pensamento.

Após comentar a obra, ele retoma a discussão sobre o constante aparecimento do autor em diversas mídias, o fato de ele ter sido convidado para a Flip 2018, o que pode ter causado estranheza em algumas pessoas, por se tratar de um autor estreante, e expõe algumas críticas e polêmicas em torno da obra e do autor, uma delas, mais específica, a de que ele não estaria à altura de toda a atenção e do marketing investido pela editora Companhia das Letras. Sobre isso, diz o *booktuber*:

(...) Desde já também vou dar uma dica pra vocês assim, não tentem entender a lógica econômica das editoras. Não tentem entender como é que é vantajoso pras pessoas trazerem um cara do outro lado do mundo pra uma feira que nem a Flip e vender, sei lá, cem livros, duzentos livros a mais, as contas não batem muito. (...) Sei lá, não sou economista, não vou ficar muito me metendo nisso, mas já posso falar que a parada assim já parece suspeita muito antes do Geovani Martins... e aí é foda porque a gente fica aqui, a gente vai falar do livro da cara, a gente fica falando muito mais de *marketing* do que de qualquer outra coisa, eu sinto que o Geovani Martins tenha seu nome num primeiro momento associado principalmente ao *marketing* do que à boa literatura que ele produz, sabe?¹⁴⁸ (Al’Hanati, 2018)

É interessante notar no trecho acima como Yuri ressalta a necessidade de falar mais sobre a obra e menos sobre as estratégias de venda dela para benefício do nome do autor, que pode ser maculado e associado a práticas pouco eficientes de divulgação. Nas redes sociais, as discussões sobre a obra e suas críticas, assim como sobre o autor, muitas vezes aparecem misturadas no discurso, e uma crítica, por exemplo, à presença constante de Geovani na mídia na época do lançamento do livro pode ser interpretada

¹⁴⁸ Minuto 07’09” do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=bb5qeYVgbx0>.

como uma crítica à obra do Geovani por um leitor menos atento, que poderia se perguntar: por que esse autor está recebendo tanta atenção? Talvez ele não seja digno dela? Portanto, o que poderia chamar a atenção do leitor, em um primeiro momento, seria a curiosidade gerada pela crítica negativa em relação à atenção dada ao autor, sendo o leitor, de uma certa forma, impelido a ler o livro para formar seu juízo de valor sobre a obra. O *booktuber* tangencia, portanto, um ponto muito interessante de ser analisado ao discutirmos as resenhas, opiniões e debates sobre um livro: o que deveríamos levar em consideração ao realizarmos nossas análises? A obra? A crítica feita a ela? A estratégia de divulgação de vendas? Dados sobre o capital econômico, estudos sobre o capital social gerado pela visita de um autor “do outro lado do mundo” para divulgar sua obra, dados estes que não são do conhecimento da ampla gama que forma o público leitor? Muitas vezes, o critério para análise de obras no âmbito virtual é muito difuso e pouco claro, e as discussões acabam sendo muita mais em torno das estratégias de divulgação de uma editora ou da aparição (ou não) do autor do que da obra em si. O jornalista termina sua resenha afirmando que a contribuição de “O sol na cabeça” para literatura, portanto, foi a de “trazer à tona uma longa tradição de literatura marginal que estava se perdendo”.

O livro possui um link como uma “lista de desejos” de livros para aquisição, onde ele faz a ressalva de que a compra não precisa ser feita necessariamente pela *Amazon*. Há, também, a mesma “lista de desejos” do produtor do canal, além de um link para grupo de discussões no *Facebook*.

Enquanto os Dentes – Carlos Eduardo Pereira

2.444 visualizações

386 curtidas¹⁴⁹

O *booktuber* começa sua resenha apontando que o livro é uma ótima obra de estreia, fazendo a ressalva de que não lê muitos livros de autores estreantes porque ele é “meio Suzana Vieira e não tem paciência com quem está começando¹⁵⁰”, mas que

¹⁴⁹Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uL7KEYPQmmE>. Acessado em: 22/08/2018, 18:53h.

¹⁵⁰ Minuto 0’44” do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=uL7KEYPQmmE>.

essa obra vale a leitura. Mostra bastante a capa do livro e começa a contar um pouco do enredo: é a viagem de volta para a casa do pai do narrador-protagonista, que morava na zona sul do Rio de Janeiro, e que precisa (por diversos motivos), já na vida adulta, abrir mão de sua independência e voltar para a casa dos pais em Niterói. Durante a viagem de barca, que toma praticamente toda a narrativa, o protagonista mostra suas lembranças até aquele momento – segundo Yuri, esse seria um livro “de um personagem só”.

Ele destaca a questão da representatividade, uma vez que o protagonista é homoafetivo e cadeirante, filho de um casamento inter-racial, ressaltando o caráter quase “didático” da narrativa para a maioria dos leitores no tocante à mobilidade urbana. Correlaciona com o livro de Marcelo Rubens Paiva (“Feliz Ano Velho”), segundo ele, uma outra obra que pode transmitir essas sensações ao leitor. A parte mais interessante do vídeo, no entanto, é o seu final, quando o *booktuber* explica que um ponto a ser analisado nesse livro é essa viagem de volta para a casa dos pais e a “resignação perante a derrota”, que não é exclusiva do protagonista, e sim algo geracional, representando a impossibilidade de independência financeira de uma parte considerável de adultos nos dias de hoje. Dentro desse contexto, o protagonista serve, portanto, como uma alegoria para uma geração que não consegue “andar pelas próprias pernas”.

O livro possui um link como uma “lista de desejos” de livros para aquisição, onde ele faz a ressalva de que a compra não precisa ser feita necessariamente pela *Amazon*. Há, também, um link para ajuda por financiamento coletivo, além de outro para grupo de discussões no *Facebook*.

O Senhor das Moscas – William Goldberg

8.172 visualizações

1.100 curtidas¹⁵¹

¹⁵¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=x5eoyABk4A&t=179s>. Acessado em: 23/08/2018, 19: 47h.

Yuri fala um pouco da trajetória do autor William Golding, e da recusa de vários editores para a publicação dessa obra devido ao forte conteúdo do livro. Daí, ele começa a explicar resumidamente o enredo: como crianças sobreviventes de um desastre aéreo vão tomando contato com estratégias de sobrevivência em uma ilha, mas também com a violência e o autoritarismo, com a cisão do grupo. Ele explica o título (de acordo com Yuri, o “Senhor das Moscas”, um totem construído pelas crianças na ilha, seria o “símbolo da decadência civilizatória” pela qual elas passam ao longo da narrativa; e resalta as duas técnicas aplicadas pelo autor para a condução da narrativa, alternando entre o realismo e um certo “impressionismo onírico”, empregado nas descrições de cenas mais violentas.

O *booktuber* utiliza um palavrão para destacar a qualidade do livro, e começa a apontar suas qualidades: diz que a obra seria melhor do que um clássico distópico, uma vez que a organização social bem-elaborada, proposta pelo protagonista Ralph, é corrompida pela negação da ordem e consequente brutalização das relações entre as crianças, afirmando que “O Senhor das Moscas” virou uma antonômiasia para a barbárie, para a total falta do “Estado de Direito, onde o que vale é a lei do mais forte”. Yuri ainda destaca as alegorias políticas e sociais da obra, correlacionando-as com a realidade. Ele afirma que o impacto maior do livro é justamente o choque que o leitor pode ter ao constatar que sempre podemos estar a um passo da barbárie representada por Golding em sua obra, que ela não acontece na sociedade atual, mas o livro mostra o que poderia acontecer diante de uma situação hipotética de caos social – “não é o que acontece, mas o que pode acontecer” Ele explica um pouco o incômodo que a obra pode gerar no leitor: “Essa sensação, ela é tão íntima, mas tão verdadeira, que quando a gente lê isso aqui a gente enxerga coisas do espírito humano que a gente não tá muito preparado para enfrentar.”¹⁵². Conclui seu vídeo com a seguinte reflexão que, fora do contexto, pode parecer um pouco paradoxal: “É um livro muito poderoso porque justamente muito real na fantasia que ele se propõe”.¹⁵³

O livro possui um link como uma “lista de desejos” de livros para aquisição, onde ele faz a ressalva de que a compra não precisa ser feita necessariamente pela *Amazon*.

¹⁵² Minuto 9’18” do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=x5eoyABkB4A&t=179s>.

¹⁵³ Minuto 10’54” do mesmo vídeo.

Há, também, a mesma “lista de desejos” do produtor do canal, além de um link para grupo de discussões no *Facebook* e o link para o canal da pessoa que deu a Yuri o livro de presente, a *youtuber* Dri Cecchi.

e) Isabella Lubrano, canal Ler antes de morrer

O canal foi criado pela jornalista formada pela Universidade de São Paulo e pela Cásper Líbero Isabella Lubrano. Ela inscreveu-se no *YouTube* em 4 de maio de 2014, alcançando 8.308.647 visualizações e 219.021 inscritos¹⁵⁴. Ela tem como meta resenhar 1001 livros e conta com ajuda de “padrinhos”, pessoas que dão suporte financeiro para o projeto de leitura do canal.

Novamente, encontramos estantes de livros como cenário para os vídeos, utilização de câmera em primeiro plano, com alguns closes, e a capa do livro sendo exibida de forma constante durante a resenha.

Isabella é bastante articulada, espontânea e expressiva frente à câmera, e por muitas vezes utiliza gestos bastante teatrais e adjetivos hiperbólicos. Usa linguagem informal, ressaltando seu bom humor na descrição do seu canal. O “banner” (imagem gráfica localizada no topo da página) expõe a atualização constante do canal, informando ao espectador quando encontrarão novos vídeos. Os vídeos são em sua maioria resenhas, mas a *booktuber* também faz vídeos com sorteios, lista de compras de livros em eventos, tópicos relativos à leitura como “Livros não me emocionam, e agora?”, além de vídeos tradicionais de todos os *booktubers* como “unboxing” e “book haul”¹⁵⁵.

Lolita – Vladimir Nabokov

60.714 visualizações

8.500 curtidas¹⁵⁶

¹⁵⁴ Dados acessados em 02/09/2018.

¹⁵⁵ Faz-se necessário explicar de forma breve os dois termos: “unboxing” é o vídeo onde um *booktuber* retira da caixa um livro adquirido ou com o qual foi presenteado, mostrando-o ao espectador, “book haul” designa a apresentação de últimas aquisições feitas pelos *booktubers*.

¹⁵⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UtbFgG5IAPU>. Acessado em: 02/09/2018, 19:41h.

A câmera começa em close, com a *booktuber* caracterizando o protagonista da narrativa, um “homem monstruoso, assumidamente um pedófilo, um estuprador (...)”¹⁵⁷. Com o semblante sério, ela inicia o vídeo explicando que nunca havia lido a obra e que a temática dela – o caso entre um pedófilo e uma menina – causava-lhe repulsa, no entanto, como o livro havia sido indicado para resenha por uma “madrinha” (alguém que ajuda financeiramente o canal), ela decidiu lê-lo. A partir daí, ela começa descrevendo o enredo em poucas palavras, com a câmera em close, como se fosse um “trailer”.

Posteriormente, aborda todos os problemas que o livro encontrou para ser publicado, uma vez que foi rechaçado por muitas editoras por conta do conteúdo polêmico. Apresenta a biografia do autor, com foto dele exposta no vídeo, e retoma a discussão sobre a obra destacando o sucesso que ela teve com a publicação, ressaltando que “*Lolita*” se tornou o maior sucesso literário nos Estados Unidos desde “... E o vento levou”, alcançando índices expressivos de venda. Afirma, ainda, que apesar do livro ter sido escrito por um russo e publicado originalmente por uma pequena editora francesa, ele acaba se relacionando muito com o contexto cultural norte-americano da época do lançamento. Ao explicar essa relação, faz citações sobre a biografia do autor, sobre a época que Nabokov viveu nos Estados Unidos e ficou “embriagado com o American Way of Living” (fotos de cartazes típicos dos Estados Unidos da década de 50 aparecem na tela).

Somente depois de analisar bastante o contexto da obra, a *booktuber* começa a detalhar a narrativa em si, descrevendo o narrador em primeira pessoa e traçando paralelos com a adaptação cinematográfica de 1997, onde encontramos o ator Jeremy Irons no papel de Humbert Humbert. Aquilo que é narrado, segundo Isabella, seria uma “peça de defesa” de um narrador que se encontra preso e é, acima de tudo, extremamente envolvente e habilidoso com as palavras. Sobre essa habilidade, ela afirma: “(...) como qualquer leitor, fui hipnotizada pelo talento narrativo desse narrador, e evidentemente, desse escritor.”¹⁵⁸

¹⁵⁷ Minuto 0’03 do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=UtbFgG5IAPU>.

¹⁵⁸ Minuto 5’30” do mesmo vídeo.

Destacando, portanto, a articulação do narrador ao contar sua história, ela lê a frase inicial do livro de maneira dramatizada, colocando-a escrita na tela, e reafirma que não podemos acreditar no discurso “açucarado” do narrador. Insiste que a narrativa que o leitor encontrará em “Lolita” não é uma história de amor, e que na vida real seria relatada de forma bem diferente, mostrando uma parte de um vídeo do programa “Brasil Urgente” mostrando um caso de pedofilia. Faz a ressalva de que “Humbert Humbert não é um pedófilo pé-de-chinelo desses que aparecem no programa do Datena e sim um homem sofisticado, um intelectual”¹⁵⁹.

Conclui o vídeo explicando o nascimento do termo ninfeta, e ressalta que a obra tem muita qualidade literária, pois o autor consegue tratar um tema abjeto de forma eficiente.

O vídeo possui link para compra no site *Amazon* na sua descrição, assim como outro para a ajuda financeira ao projeto.

Agosto – Rubem Fonseca

9.551 visualizações

1.700 curtidas¹⁶⁰

Isabella começa o vídeo explicando que a ideia de falar sobre essa obra veio da atual situação política do país, segundo a *booktuber*, tão conturbada quanto o período histórico retratado no livro (o vídeo foi ao ar na semana em que o candidato à presidência nas eleições de 2018, Jair Bolsonaro, sofreu uma facada durante um ato de campanha).

Novamente, ela opta por mostrar como foi o lançamento da obra antes de explicar o enredo, afirmando que o livro foi bastante vendido na época da sua publicação, tornando-se especialmente conhecido ao ser adaptado para TV pela Rede Globo de Televisão, em 1993. Nesse ponto do vídeo, ela fala um pouco sobre a minissérie, mostrando fotos dos atores principais e começa a situar historicamente a Era Getúlio, falando um pouco sobre sua personalidade, assim como a de Carlos Lacerda (seu

¹⁵⁹ Minuto 7’12” do mesmo vídeo.

¹⁶⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EQWib5S3Osw>. Acessado em: 16/09/2018, 12:11h.

principal opositor). Mostra o livro “Última Hora”, de José Almeida Júnior, que retrata o antagonismo vivido por Vargas e Lacerda e o papel do jornal de Samuel Weiner, um dos poucos que não deu visibilidade ao segundo. Ao mostrar o livro, ela revela que não o leu, mas que tem bastante vontade de lê-lo, mostrando bastante a capa da obra.

Contextualiza historicamente o atentado da Rua Toneleros, onde Lacerda levou um tiro de raspão e seu segurança, Major Ruben Vaz, foi morto. Durante as investigações do caso, apura-se que Gregório Fortunato, chefe da guarda pessoal de Getúlio, foi o mandante. Isabella, nesse ponto do vídeo, faz questão de ressaltar que esses dados não são spoilers (revelações sobre o enredo) do livro, e sim fatos da história brasileira. Devido ao aumento da pressão política pós-atentado, Getúlio Vargas se suicida, e a comoção gerada por sua morte “cala” seus opositores. A *booktuber* afirma que o autor de “Agosto” se apropriou do riquíssimo momento histórico como pano de fundo para a história ficcional do Comissário Mattos¹⁶¹, o protagonista, um “estereótipo de investigador de filme noir”. O autor cria um assassinato que teria ocorrido na mesma noite do crime político, e as investigações em paralelo sugerem uma ligação entre os dois crimes. Afirma que o autor traz a atmosfera de filme noir para a obra, recomendando-a muito, assim como “Última Hora”. Termina o vídeo destacando as qualidades do livro.

O vídeo possui link para compra no site *Amazon* na sua descrição, assim como outro para a ajuda financeira ao projeto.

Bartleby, o escrivão – Herman Melville

10.340 visualizações

1.400 curtidas¹⁶²

Esse vídeo é uma tentativa de correlacionar as obras “Bartleby, o escrivão” com o conto “A terceira margem do rio”, publicado na coletânea “Primeiras histórias”, de João Guimarães Rosa.

¹⁶¹ Minutos 15’10” e 15’24” do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=EQWib5S3Osw>.

¹⁶² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1cpyGNPnCQs>. Acessado em: 16/09/2018, 13:01h.

Começa o vídeo explicando sucintamente o enredo de “A terceira margem do rio”, colocando no vídeo a foto do autor, com a data de nascimento e morte, exaltando-o como um dos maiores nomes da literatura brasileira.

O conto, de acordo com Isabella, é sobre um homem que constrói uma canoa e, sem maiores explicações à família, se lança ao rio e por lá fica, para desespero da mulher e filhos, sendo um deles o narrador da história. Ao terminar esse resumo, ela também apresenta o enredo de “Bartleby, o escrivão”, tecendo elogios à edição da Editora Ubu, que vinha originalmente costurada nas bordas, de maneira que o leitor deveria puxar a linha de costura para conseguir abrir o livro. Mostra, ainda, as páginas que vinham seladas, devendo o leitor rompê-las na borda com uma régua para conseguir folheá-las. A cada uma dessas páginas, o leitor encontra a imagem de muros cinzentos (a ideia é fazer com que o leitor da obra sempre “dê de cara” com o muro) que, de acordo com a interpretação da *booktuber*, traduzem a angústia do narrador. Ela traduz o nome do lugar onde a história se passa, a rua *Wall Street*, em Nova Iorque, para o português, “Rua do Muro”.



Figura 24 - Imagem de uma das páginas que representaria o muro.

O narrador é um advogado que emprega copistas e escrivães, e contrata Bartleby como um deles. No início, ele é descrito como um bom funcionário, de aparência respeitável, que foi trabalhar em uma sala insalubre, com pouquíssima luz natural, cuja única janela localizava-se na frente de um muro.

Um dia, o narrador pede a Bartleby que execute um serviço, e ouve como resposta: “Eu acho melhor não¹⁶³”, o que se torna sua nova postura, a rejeição “passiva” a qualquer ordem. Bartleby passa dias de frente para a janela, observando o muro, e depois de algumas reviravoltas, acaba preso, ficando o tempo todo sentado no pátio interno, observado um outro muro (o da prisão). Por não comer, acaba morrendo de inanição, o que deixa o narrador com uma “tremenda sensação de vazio”¹⁶⁴ A sensação piora quando ele descobre que anteriormente Bartleby trabalhou nos correios, queimando cartas que nunca chegaram a seus destinatários.

Segundo Isabella, “quando Bartleby se recusa a fazer as coisas ele está sendo livre pela primeira vez na sua vida”, pois “ele escolhe a negação”¹⁶⁵. Nesse contexto, a angústia experienciada pelo narrador de “Bartleby” é a mesma angústia da família do protagonista de “A terceira margem do rio”. Quem convive com esses personagens não consegue entender a motivação deles para tomar atitudes consideradas fora do padrão.

Segundo ela, ainda encontramos em comum entre as narrativas a existência de dois personagens “que abandonam o óbvio em busca de um sentido mais profundo para a existência”.¹⁶⁶

Termina correlacionando também os símbolos das duas narrativas, em “Bartleby”, o muro, em “A terceira margem do rio”, o rio; enquanto Bartleby, através da negação, vai se tornando o próprio muro, que poderia ser interpretado como um símbolo para algo fechado, uma metáfora da negação em si; em “A terceira margem do rio”, o protagonista se torna o rio – “(...) ele se transforma, ele se mescla com aquele rio, se transformando, ele próprio, em um mistério da natureza.”¹⁶⁷

¹⁶³ Em inglês, “I would prefer not to”.

¹⁶⁴ Minuto 10’44” do vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=1cpyGNPnCQs>.

¹⁶⁵ Minutos 12’56” e 13’56” do mesmo vídeo.

¹⁶⁶ Minuto 16’01” do mesmo vídeo.

¹⁶⁷ Minuto 18’55” do mesmo vídeo.

A *booktuber* termina fazendo a ressalva de que sabe que devido ao conteúdo mais complexo e ao desconhecimento por parte do grande público das obras tratadas, o número de visualizações do vídeo seria baixo, mas que ela ainda assim julgou valer a pena abordá-las devido ao seu valor literário.

O vídeo possui link para compra nos sites *Amazon*, Livraria Cultura e Saraiva na sua descrição, assim como outro para a ajuda financeira ao projeto.

2.2.3.

Os clubes de leitura e o leitor encaixotado

Outra forma de participação interessante do leitor na contemporaneidade é a presença em clubes de leitura. O clube de leitura é uma forma de associação entre leitores para discutir uma obra literária acordada previamente, e não chega a ser, de fato, algo recente na história literária, no entanto, novas estratégias de mercado, bem como as tecnologias disponibilizadas na atualidade permitiram que esse tipo de interação se resignificasse, através, por exemplo, da possibilidade de publicação exclusiva de obras que não estão disponíveis para o mercado brasileiro, assim como a interação (chat) de leitores através de aplicativos permitido somente para assinantes. Podemos perceber a existência de segmentação entre os clubes, tal qual como acontece com os canais de *Youtube*: infantil, leitores jovens (chamados de YA – do inglês *young adults*) e adultos. Para fins de pesquisa, resolvemos analisar alguns clubes que têm conseguido notoriedade na internet, e faremos uma análise um pouco mais detalhada de um deles, a TAG.

Podemos elencar uma série de clubes disponíveis para o leitor na contemporaneidade, e acreditamos que todos obedecem esse formato: o leitor paga uma quantia fixa mensal e recebe uma caixa com o livro e, na maioria das vezes, brindes relacionados à literatura. Alguns clubes permitem que não-associados comprem caixas avulsas por um preço maior do que é oferecido ao associado. É interessante notar que cada um deles possui um nicho específico dentro do mercado de leitura adulta: best-sellers, literatura contemporânea, clássicos, não ficção, etc. Podemos citar como clubes que possuem certa notoriedade nos tempos atuais: TAG, Panaceia, Pacote de textos,

Turista Literário, Clube dos livros e das citações, Nem tudo é ficção, Garimpo Clube, Bem-te-li, Intrínsecos, Clube Ipê amarelo. A divulgação e publicidade acontece sobretudo nos meios digitais, em redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, como publicidade sugerida (anúncios pagos que aparecem na *timeline* do internauta de acordo com seu perfil: se no seu perfil de *Instagram* você segue *bookgrammers*, por exemplo, há uma chance maior de aparecer esse tipo de anúncio), como postagens em redes sociais de amigos que já fazem parte do clube, e eventualmente em blogs especializados ou mídia digital tradicional, especialmente quando há algum acontecimento envolvendo o clube, como veremos posteriormente. Destaca-se também a parceria de vários clubes (especialmente a TAG) com *booktubers*, que fazem postagens exclusivas sobre os livros lançados, assim como a presença de curadores sugerindo livros, que com seu capital social, conseguem aumentar o número de consumidores por conta de suas indicações literárias.

Nem tudo é ficção

O Nem tudo é ficção¹⁶⁸ destaca-se por ser um clube não somente de leitores, mas também de pessoas que gostam de escrever. A sua primeira “caixa” data de agosto de 2018. Ele se propõe a enviar, em meses alternados, livros de ficção e não ficção. Em sua página inicial, explica a proposta do clube, além de trazer depoimentos de participantes e o preço da assinatura de uma forma pouco usual: o seu perfil de assinatura é explicado através de características de personagens literários.

¹⁶⁸ Para saber mais: <https://nemtudoeficcao.com.br/>.

Nem Tudo é Ficção

FAÇA PARTE LOJA LOGIN MINHA CONTA ▾ SOBRE O CLUBE BLOG

KIT AVULSO	PLANO MENSAL	PLANO TRIMESTRAL	PLANO SEMESTRAL
FAÇA PARTE	FAÇA PARTE	FAÇA PARTE	FAÇA PARTE
Kit Avulso	Plano Mensal	Plano Trimestral	Plano Semestral
Frete incluso	Frete Incluso	Frete Incluso	Frete Incluso
Seu personagem é: Hamlet	Seu personagem é: Florentino Ariza	Sua personagem é: Macabéa – A sonhadora	Sua personagem é: Guida
Você não sabe o que quer da vida. Até tem um certo tipo de certeza, mas ao mesmo tempo não sabe o que está fazendo. Sua frase é: <i>“Assinar ou não assinar, eis a questão.”</i> Seu livro é: Hamlet.	Você está loucamente apaixonado pelo clube e jurou nos amar eternamente. Sua frase é: <i>“Te amarei até que o cartão de crédito seja bloqueado.”</i> Seu livro é: O Amor nos Tempos do Cólera.	Você é aquela que quer participar de tudo e sonha em assinar o plano mensal ou semestral, mas teve que se contentar com o trimestral. Sua frase é: <i>“Como satisfazer a necessidade?”</i> Seu livro é: A Hora da Estrela.	Você faz do limão uma limonada, aproveita as oportunidades e não perde tempo. Sua frase é: <i>“Quem não tem cartão, caça com boleto.”</i> Seu livro é: A Vida Invisível de Eurídice Gusmão.
R\$69,90	R\$64,90		R\$389,40 R\$359,40

Figura 25 - Ilustração sobre as modalidades de filiação do clube Nem tudo é ficção.

O clube, portanto, tenta direcionar-se não somente para o público que deseja ler, mas também, tornar-se autor em algum momento, estimulando a leitura de livros que tratam sobre o processo de criação literária, como, por exemplo, o “Sobre a escrita”, de Stephen King (livros de memórias onde o autor, que é mundialmente conhecido por seus livros de terror, explica em detalhes seu processo de escrita). Entre as narrativas de ficção, destaca-se “Olhos d’água”, de Conceição Evaristo. O clube não torna público quem são os curadores e não envia edições exclusivas (as obras poderiam ser adquiridas em livrarias e sites). A caixa contém: um livro surpresa, um marcador de páginas, uma carta explicando o contexto da obra e o motivo da escolha, fichas de auxílio da leitura ou fichas de escrita, que trazem exercícios para estimulá-la e um cronograma de leitura.

¹⁶⁹ Dados adquiridos em: <https://nemtudoeficcao.com.br/clube-de-assinaturas/>.

Há parceria com a Editora Record e área para publicação dos membros do clube. O site disponibiliza um blog para leitura de não-associados, com resenhas sobre livros relacionados a questões pessoais (personagens que sofreram bullying, o mito da beleza, etc).

Intrínsecos

Clube de leitura criado pela editora homônima¹⁷⁰, voltado exclusivamente para o envio de obras publicadas pela editora. O diferencial é que o livro escolhido para a caixa é uma edição de capa dura, que somente será enviada às livrarias quarenta e cinco dias depois da publicação no clube, com capa normal. O assinante contrata, portanto, um serviço de edição diferenciada ao se associar ao clube da Intrínsecos. A caixa contém um livro de publicação inédita no Brasil, um marcador, uma revista que contextualiza a obra e um brinde literário. Os custos variam entre R\$ 54,90 (valor mensal) e R\$ 49,90 (custo mensal para leitores que fizerem a associação anual). O clube começou em outubro de 2018 e coloca no site “pistas” sobre a obra que será enviada no mês vigente, aumentando a expectativa do leitor, além de vários posts relacionados aos livros anteriores ou sobre a experiência de fazer parte do clube do livro Intrínsecos em geral (“Retrospectiva: confira as histórias maravilhosas que enviamos em 2018”, “Por que o intrínsecos é perfeito para você”, “Os momentos mais legais de fazer parte de um clube do livro”). Diferentemente de outros clubes, não é possível adquirir as caixas dos meses anteriores. A curadoria é feita pela equipe da editora. Não está claro no site do clube se existe alguma plataforma específica para a discussão dos livros, ou grupo de rede social fechado.

Panaceia

Clube de leitura que se propõe a debater temas da atualidade¹⁷¹, especialmente na área de política e sociedade, com o envio de livros de não ficção em sua maioria.

¹⁷⁰ Dados adquiridos em: <https://blog.intrinsecos.com.br/>.

¹⁷¹ Para saber mais: https://www.panaceiaclube.com.br/pagina_inicial.

Em seu manifesto, explica que a ideia de que eles buscam a formação de uma comunidade para debater soluções para os problemas da sociedade contemporânea:

A partir de agora, Panaceia tem outro significado. É o clube de quem busca respostas e acredita que o melhor lugar para encontrá-las está nas linhas e entrelinhas, a cada página e capítulo de um bom livro.

De quem não perdeu a esperança na força das palavras, no compartilhamento de ideias (e não só de likes) e na capacidade humana de encontrar soluções para seus dilemas (ou males).¹⁷² (Site Panaceia, 2018)

Possui várias parcerias com editoras (Companhia das Letras, Record, Boitempo Editorial, Planeta, Rocco, Cultrix, Columbia Global Records, entre outras) e um time de curadores fixos, que se alternam na escolha do livro do mês: Celso Amorim, David Harvey, Drauzio Varella, Elisa Lucinda, Hermano Vianna, Jessé de Souza, Judith Butler, Laerte Coutinho, Luis Carlos Bresser-Pereira, Luiz Eduardo Soares, Maria Rita Kehl, Wagner Moura. Cada contém o livro (edição não exclusiva), um marcador de páginas, uma revista escrita pelo curador e um brinde relacionado ao tema do livro). Os últimos enviados foram: “A Guerra: A Ascensão e Queda do PCC e o Mundo do Crime no Brasil”, indicado em novembro por Luiz Eduardo Soares (e com vídeo do curador), “Como as Democracias Morrem”, indicado em outubro por Luis Carlos Bresser-Pereira (com vídeo do curador), “Cidades Sitiadas”, indicado em setembro por David Harvey (com vídeo do curador)¹⁷³. Além dos livros enviados, há no site uma lista de livros (em português e em inglês) para ampliar o debate, disponibilizados através de loja própria, relacionados aos temas de discussão, categorizados por temas. No blog, o leitor também encontra posts que tratam de uma ampla variedade de assuntos, como “O vasto Noam Chomsky”, “Habermas, a filosofia e as redes sociais”, “Para entender as religiões”, “Hannah Arendt e o pêndulo da história”, entre outros. A associação custa 69,90, somente mensal. Não está claro no site do clube se existe alguma plataforma específica para a discussão dos livros, ou grupo de rede social fechado.

¹⁷² Disponível em: <https://www.panaceiaclube.com.br/manifesto>.

¹⁷³ Dados obtidos em 02/12/2018, 19:40h



Não chegou a tempo de receber
o kit de outubro?

Figura 26 - Exemplo de kit enviado pelo clube Panaceia em outubro.

Legenda: o livro “Como as demoracias morrem”, o marcador de páginas (com efeito glitch, que remete ao visual de interferência do virtual), a revista assinada por Luis Carlos Bresser-Pereira, sendo a capa a bandeira do Brasil com o mesmo efeito, e como brinde o livro “Os homens explicam tudo para mim”.

Tag

Clube criado em agosto de 2014¹⁷⁴, considerado talvez o maior do Brasil, com mais de quarenta mil associados. Em abril de 2015, conseguiram a primeira reportagem em jornal de grande circulação sobre o clube. Em janeiro de 2016, investiram em um canal próprio no *YouTube*, ampliando a divulgação em meios digitais. A partir de janeiro de 2017, passou a enviar para seus associados somente edições exclusivas, e

¹⁷⁴ Para saber mais: <https://taglivros.com/>.

em maio do mesmo ano contou com o primeiro curador Prêmio Nobel de Literatura: Mario Vargas Llosa. Em julho, contou com o primeiro livro encomendado pela empresa: uma seleção de contos feita por Helena Terra e Luiz Ruffato. Em outubro de 2017 lança seu primeiro livro inédito no Brasil, e um dos seus maiores sucessos até hoje: “As alegrias da maternidade”, de Buchi Emecheta, sob a curadoria de Chimamanda Ngozi Adichie. Em fevereiro de 2018, publica o segundo livro inédito no Brasil, “O alforje”, de Bahiyyih Nakhjavani, lançando o terceiro inédito no Brasil, “As últimas testemunhas”, de Svetlana Aleksiévitch (também Nobel de Literatura) em julho do mesmo ano¹⁷⁵. O clube dá bastante visibilidade aos seus curadores, que são, em sua maioria, autores, teóricos de literatura ou grandes personalidades da cultura, e já contou com a participação de Luis Fernando Veríssimo, Milton Hatoum, Daniel Galera, Alberto Manguel, Frei Betto, Marina Colasanti, Heloíse Buarque de Holanda, além dos já citados anteriormente, entre outros. Disponibiliza aplicativo próprio para discussão literária, com espaços diferenciados para discussão sobre o livro do mês e de qualquer assunto pertinente ao campo literário.

A caixa contém um livro (edição exclusiva), luva para o livro, um marcador de páginas, uma revista contextualizando a obra e um brinde literário. Anteriormente, o clube não permitia acesso à loja para a aquisição das caixas anteriores, mas mudou sua prática em 2018, passando a permitir acesso para não associados por preços diferenciados.

O clube está bastante presente nas redes sociais, seja através de marketing direto em redes como *Facebook* e *Instagram*, seja através de postagens constantemente atualizadas em seus perfis. Além disso, conforme já foi mencionado anteriormente, realiza parcerias com diversos influenciadores de mídia digital.

¹⁷⁵ Dados obtidos no encarte da edição comemorativa de quatro anos de clube, em julho de 2018.

Como funciona?



Torne-se um parceiro

Cadastre-se no programa e ganhe acesso ao aplicativo para gestão das vendas



Efetue suas vendas

No aplicativo, você terá um link e um cupom personalizados, através dos quais você poderá recomendar a TAG para outros leitores



Seja recompensado

Toda vez que alguém se associar no clube através do seu link ou usando o seu cupom, você ganhará dinheiro

TORNAR-SE PARCEIRO

Figura 27 - Demonstração de como se tornar um parceiro do clube de livros TAG.

Em abril de 2018, o clube lançou uma proposta de ampliação, bifurcando-se em dois tipos de assinatura: a Tag Curadoria, que continuaria com a proposta inicial, ou seja, o nome do curador ou do autor garantem a qualidade da leitura, e a Tag Inéditos, que seguiria pelo envio de best-sellers não-comercializados no Brasil, sendo norteados pela demanda de público, o que gerou uma das várias controvérsias que já apareceram relacionadas ao clube ao longo desses anos, que geralmente acontecem dentro do aplicativo ou nas redes sociais, especialmente o *Facebook* e o *Twitter*: por se referir aos livros best-sellers como obras “de leitura rápida”, o clube suscitou no *Twitter* e no próprio aplicativo o que seria uma “leitura rápida” ou uma “leitura demorada”, ressuscitando a discussão alta x baixa literatura.

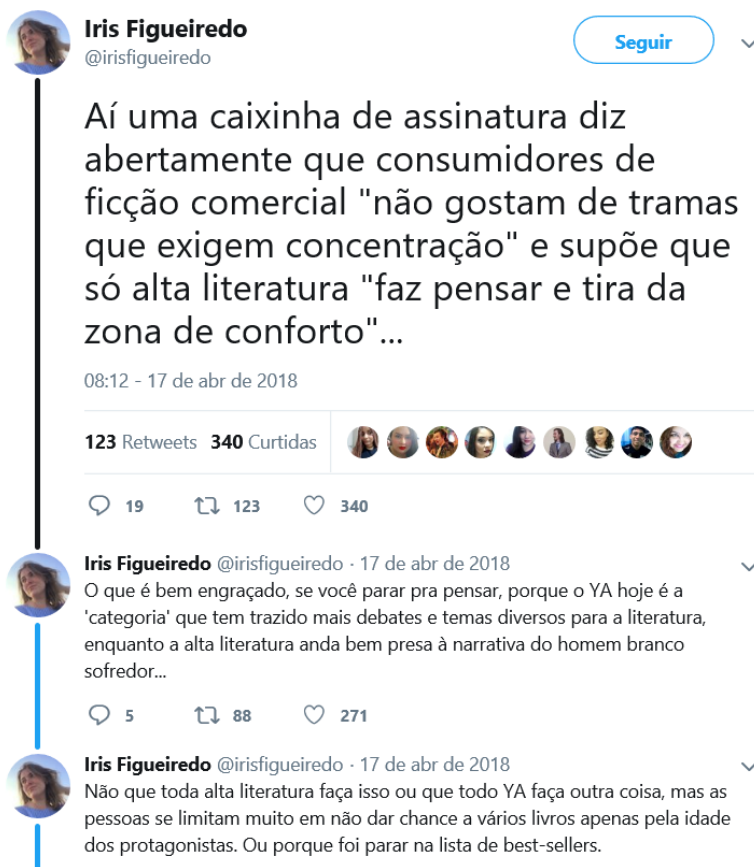


Figura 28- Discussão no Twitter sobre o lançamento da Tag Inéditos.

Nesse contexto, o clube foi rápido em tentar conter a discussão, mandando um e-mail para assinantes com um pedido de desculpas, e respostas que logo apareciam nas *timelines* de seus seguidores que colocavam a *hashtag* (forma de indexação de discussões própria das redes sociais) “taglivros” para continuar o debate.



Figura 29 - Continuação da discussão na ocasião do lançamento da Tag Inéditos no Twitter.

Esse não foi o único debate enfrentado pela Tag no ano de 2018, que também teve que responder pelo acirramento no campo de ideias gerado pela eleição presidencial de 2018. A empresa tentou manter-se neutra com relação às discussões, o que gerou o desapontamento de alguns associados, mas nada que impactasse de forma significativa nos números exponencialmente crescentes do clube.

A Tag, além de oferecer aplicativo próprio para o debate entre leitores, estimula a participação dos associados em encontros presenciais mensais, organizados pelos próprios leitores. O clube consegue destacar-se, portanto, pelo cuidado na escolha dos curadores (no caso da Tag Curadoria), pela possibilidade de aquisição de obras não disponíveis no mercado brasileiro e pelo estímulo à participação proativa do leitor, que sente-se confortável ao interagir com os demais leitores da obra escolhida, afastando a imagem da leitura como um processo solitário. Faz-se necessário ressaltar que, por muitas vezes, as postagens no aplicativo próprio giram em torno de opiniões sobre uma obra ou sobre um autor, ou sobre indicação de autores para a leitura. Os valores ficam em torno de R\$ 62,90 para o plano mensal da Curadoria, R\$ 59,90 no plano anual, e de R\$ 44,90 para o plano mensal da Tag Inéditos, com desconto para R\$ 39,90 no plano anual¹⁷⁶. A caixa da Tag Inéditos não possui revista de contextualização da obra e o brinde é um pôster referente ao livro.

2.2.4.

Outras formas de participação – *Good Readers*, *Skoob*

Outra forma de participação possível é a associação em sites de debate/ produção de resenhas de livros lidos, como o *Good Readers* e *Skoob*, onde o funcionamento é basicamente o mesmo. O leitor cria um perfil, de forma gratuita, e, tal qual qualquer outra rede social, pode adicionar outros leitores para criar laços de interação e visualizar opiniões e resenhas sobre os livros lidos. O leitor digita o título de uma obra, que passa a fazer parte de sua “biblioteca virtual”, podendo com isso escrever opiniões e resenhas, ou simplesmente classificá-los de acordo com o número de estrelas (cinco estrelas

¹⁷⁶ Valores referentes ao ano de 2018.

sendo a pontuação mais alta, quatro, e assim por diante). O leitor pode também participar de “desafios de leitura” propostos pelas plataformas e verificar as recomendações de leitura propostas pelos outros usuários.

3

O autor, o leitor e a tela

3.1.

Os vídeos de discussão

Uma das modalidades presentes dentro dos canais literários no *YouTube* são os vídeos de discussão, ou seja, aqueles onde o *booktuber* não apresenta uma resenha ou comenta uma obra, mas sim se propõe a discutir algum tópico relacionado à literatura contemporânea, geralmente algo polêmico, quase sempre relacionado à algum tipo de discussão que esteja acontecendo no momento de publicação do vídeo, nas mídias ou em redes sociais. Vários *booktubers* já se propuseram, por exemplo, a discutir o que é alta ou baixa literatura (como Isabella Lubrano, em “Existe alta ou baixa literatura¹⁷⁷?”), ou sobre o direito a falar sobre literatura (como o vídeo de Tatiana Feltrin – “Afinal, quem tem cacife para falar de Literatura¹⁷⁸?”), ou mesmo aqueles que discutem a parte negativa da profissão de *booktuber*, como o vídeo de Paulo Ratz, “O lado difícil de ser *booktuber*”¹⁷⁹, no qual ele expõe a pressão sobre os influenciadores digitais, que devem ler muitos livros em um prazo muito limitado, além de buscarem formas de inovar em apresentações e tentarem sempre conseguir o maior número de seguidores possível. Yuri Al’Hanati abordou o tema da contratação de “leitores sensíveis” na época do surgimento dessa discussão em redes sociais, originada pela publicação de uma reportagem no jornal Folha de São Paulo sobre esse assunto. Nele, Yuri retruca a ideia de que esses leitores seriam, na realidade, censores de obras, explicando que a censura envolve processos mais agressivos, que por muitas vezes podem colocar, inclusive, em risco a vida do autor ou de editores. Ele cita casos de livros que foram banidos de escola nos Estados Unidos por não tratarem de forma adequada a questão racial, de acordo com alguns leitores sensíveis, e lembra que o fato deles terem sido banidos de escolas não significa que o foram do mercado editorial

¹⁷⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=r-en6V4HuGk>.

¹⁷⁸ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=YrOGE_DVJHM.

¹⁷⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ACgltKg70t4>.

como um todo. Então, de acordo com o *booktuber*, o que pode acontecer é muito mais uma verificação se o livro é adequado ou não ao ambiente escolar do que censura propriamente dita.

Ele ainda reitera que, se por um lado, temos editoras que contratam leitores sensíveis, por outro temos editoras que gostam de investir em obras polêmicas, e que, portanto, essa equalização se dá também pela ação do mercado editorial, que é a instância que arbitra com mais força sobre o que será publicado. Termina o vídeo afirmando que o critério para julgar uma obra é se ela é boa ou ruim, independente se é política ou não, e que a ação de leitores sensíveis pode beneficiar alguns autores que gostam de abordar temas polêmicos para conseguir visibilidade sem dominar totalmente um assunto.

O assunto exposto por Yuri foi um tema bastante discutido tanto nas mídias digitais (conforme podemos observar por esse exemplo) quanto na própria mídia impressa, de onde podemos destacar a reflexão do pesquisador Frederico Coelho sobre o que devemos levar em consideração ao ponderarmos sobre a questão, publicada em sua coluna do jornal O Globo¹⁸⁰:

E aqui, no Brasil atual, cujo histórico de leitura ainda é baixo comparado a outros países? A ação de editoras que estão selecionando “leitores sensíveis” pode ser uma resposta ao tipo de “leitores comuns” que temos? Ou, e aí sim reside o dilema, ao tipo de escritores que temos? E se for o caso de termos cada vez mais escritores que perdem a linha do respeito contra minorias, qual o mundo que eles habitam, os valores que consomem, as ideias que circulam ao seu redor? Aliás, que tipo de leitor é o escritor contemporâneo?

Quando autores constroem personagens, seja de que tipo social, ideológico ou biológico forem, tudo será filtrado pela qualidade dessa construção. Bons escritores conseguem passar aos leitores as contradições, perversões e qualidades dessas personagens. O mal e o bem, a fúria e a gentileza, o amor e a morte, tudo isso deve ser urdido em palavras de um jeito que não resida dúvida sobre quem fala naquela história. E quem fala é a literatura. Inspiradora, monstruosa, preconceituosa, desafiadora, reveladora do que temos de melhor e pior — seja como escritores, seja como leitores. Um leitor sensível às opressões e preconceitos saberá até onde uma escrita conduz tais situações em prol de uma fabulação. (Coelho, 2018, s.p.)

¹⁸⁰ Para saber mais: <https://oglobo.globo.com/cultura/leitores-21553197>.

Entretanto, destacamos três vídeos desse tipo que, por conta do conteúdo dessa pesquisa, pareceram mais adequados para análise. O primeiro é do Canal Livrada (“Como a Amazon ganha dinheiro?”) e dois são do canal Literature-se (“Como os booktubers ganham – publieditoriais, permutas, afiliações e adsense” e “Parceria com editoras”).

Como a Amazon ganha dinheiro¹⁸¹? – Canal Livrada

10.933 visualizações

1.200 curtidas

Yuri começa explicando que aquela era a semana de descontos de novembro, chamada de *Black Friday* em alusão ao termo americano, e a movimentação de leitores em sites de vendas de livro, especialmente a *Amazon*.

A *Amazon* chegou ao território brasileiro muito à frente de seus concorrentes, segundo o *booktuber*, por conta do seu tamanho. Sobre isso, ele aponta:

A *Amazon* não chegou pequena aqui no Brasil, chegou gigantesca já. A *Amazon* chegou como uma loja de livros gigante, com um espaço de estoque gigante, comprando livros pra caramba de editora ao invés de pegar em consignação, que é o que as editoras pequenas fazem, né, as editoras não têm como manter estoque né (...), editoras não, livrarias, elas não tem como manter o estoque, principalmente a livraria pequena (...) ¹⁸². (Al’Hanati, 2018)

Ele destaca o fato da *Amazon* vender os livros com os preços muito abaixo da tabela, descrevendo no que consiste a prática de *dumping*, que se configura como vender um produto por um preço muito abaixo do que é praticado pelo mercado com o intuito de “quebrar” os concorrentes. A *Amazon* toma prejuízos nos descontos dados para se firmar como a grande vendedora do comércio eletrônico de livros, e Yuri ressalta que para ela é mais fácil arcar com esse prejuízo do que para uma livraria local, uma vez que o prejuízo da livraria local seria em real, e o da *Amazon*, ao ser convertido

¹⁸¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CT7avXVncro>, acessado em 03/11/2018, 20:30h.

¹⁸² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CT7avXVncro>, minuto 1’33”.

para o dólar americano, é menor, por conta da cotação das moedas. Ela perde em reais enquanto investe em dólares, tendo o prejuízo financeiro, portanto, atenuado.

Além disso, ele cita também o marketing agressivo que a empresa pratica com alguns influenciadores digitais, como parceria com *booktubers*, onde 9% do valor do livro adquirido através de link do vídeo no canal vai para o *booktuber*. Ele menciona que ficou sabendo, através de outra *booktuber*, da existência da “Batalha dos *Booktubers*”, uma competição entre eles, que consiste em quem cria mais listas de livros e faz marketing ostensivo delas, promovendo a venda deles. Quem vender mais ganha benesses que não são citadas. A empresa terceirizaria, portanto, através da lógica da meta batida (segundo Yuri) o trabalho de divulgar e vender os livros, um papel que cabe, inicialmente, ao livreiro, o substituindo. Essa estratégia não tem compromissos com o trabalho curatorial realizado pelo livreiro e, nesse ponto do vídeo, o *booktuber* faz referência ao trabalho dos atendentes da Livraria da Travessa (entre outros locais), no Rio de Janeiro, que “são conhecedores e indicam livros, vendedores que conhecem literatura”. Sabem indicar livros, apresentar autores, ajudam o cliente a acessar o estoque que eles conhecem bem, “coisas que fazem parte da experiência de comprar um livro”. Com esse vídeo, portanto, Yuri pretende fazer uma breve análise da intervenção da *Amazon* no Brasil, ressaltando que, o que ela perde financeiramente, recupera quando, cada vez mais, vai se firmando como a grande loja de livros do mercado.

Como os *booktubers* ganham dinheiro – publieditoriais, permutas, afiliações e adsense¹⁸³.

9.064 visualizações

Número de curtidas não disponível

Mel Ferraz começa o vídeo dando uma longa explicação sobre como, por diversos motivos, é delicado abordar o assunto, e que ela resumiria as formas principais de ganhar retorno financeiro através de canal literário em quatro: através de adsenses,

¹⁸³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bhU6FVwG7mg>, acessado em 03/11/2018, 21:37h.

de afiliações com livrarias, através de parcerias com editoras e com publieditoriais, explicando cada uma delas.

O adsense é uma das formas de ganho financeiro sobre monetarização dos vídeos. Geralmente, anunciantes trabalham com CPM (custo por milhão), um coeficiente que contabiliza o quanto de visualizações um *booktuber* tem e o quanto ele deve receber por cada visualização. De acordo com a *booktuber*, existem empresas que fazem divulgação de marca tanto em comerciais antes do vídeo quanto em anúncios de sobreposição¹⁸⁴ que aparecem ao longo da exibição. Cada visualização é contada. Essas empresas pagam para o *Google*, e uma parte do que é divulgado nesse vídeo retorna para o influenciador digital, porém Mel não sabe dizer o quanto é repassado. Ela cita um outro vídeo, de uma influenciadora digital que também comenta o assunto, explicando que o canal dessa influenciadora é sobre moda e *lifestyle* e recebe muitas visitas, o que pode gerar para ela uma renda de mais de 7.000 dólares por mês através de publicidade adsense, enquanto Mel, nesse canal de literatura, cuja visualização é exponencialmente menor, recebe 30 dólares por mês em publicidade adsense.

Sobre afiliações com livrarias, Mel explica que geralmente as parcerias são feitas com a *Amazon*. Ela também menciona sobre o fato da empresa pagar 9% da venda de livros através de links nos vídeos para o *booktuber*, afirmando que a *Amazon* foi a pioneira no estilo no Brasil, e por isso muitos *booktubers* aderiram a ela nesse modelo de negócio.

Com relação à parceria com editoras, ela aponta que esse processo consiste em a editora parceira “presentear” o *booktuber* com alguns livros, no geral, os lançamentos, e ele ou ela fazer a resenha com divulgação sem cobrar por isso. Levando em consideração o alcance que um influenciador pode ter, o impulsionamento de vendas que pode ser gerado pelo vídeo através dessa “permuta” torna-se economicamente atraente.

O publieditorial seria, de acordo com Mel, a forma mais polêmica de ganhar retorno financeiro pelo trabalho de *booktuber*, no entanto, ela acredita que essa visão tem mudado para os espectadores dos canais de literatura. O publieditorial seria a

¹⁸⁴Para saber mais sobre os tipos de anúncio do *YouTube*, verificar: <https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=pt-BR>.

remuneração financeira feita por uma empresa, editora ou autor para que o *booktuber* lesse e comentasse o livro indicado. Ao mencionar o assunto, ela traz para a discussão palavras como honestidade e credibilidade, e faz a ressalva de que, quando vai fazer algum vídeo sob forma de publieditorial para seu canal, ela tem termos no contrato que estabelecem que a transparência de opinião da influenciadora será garantida, seja ela positiva ou negativa, colocando-se no direito de elogiar a obra ou não.

Parcerias com editoras¹⁸⁵

12.790 visualizações

Número de curtidas não disponível

A *booktuber*, nesse vídeo, responde a várias perguntas de leitores, que chegaram através de outra rede social (Facebook), sobre parcerias com editoras. Sobre elas, Mel aponta que cada editora tem seu processo seletivo para estabelecer parcerias com *booktubers*, algumas aceitam somente vínculos com canais que são restritos ao campo literário, outras aceitam canais de variedades. Além disso, cada editora também é independente com relação à obrigatoriedade dos livros enviados em relação à leitura por parte dos influenciadores – algumas sugerem que todos os enviados devem ser lidos pelo *booktuber*, enquanto outras não tornam a leitura obrigatória. Mel Ferraz diz que, no caso dela, ela resenha apenas os livros que solicita às editoras. As editoras não deixam muito claro quais são os critérios para a seleção de *booktubers* parceiros. No geral, elas abrem processo seletivo através de suas redes sociais e divulgam quais parceiros foram selecionados, sem revelar o que os levou a aquela seleção. Mel Ferraz menciona que não existem contratos de exclusividade de *booktubers* com as editoras, estando o influenciador disponível para realizar parceria com editoras diferentes.

Podemos entrever, através dos três vídeos citados, um pouco sobre os mecanismos de funcionamento de produção de conteúdo e capitalização por parte dos *booktubers*. Conforme foi mencionado pela *booktuber* Mel Ferraz, um dos mecanismos que mais causa controvérsia é o publieditorial, motivo da já mencionada polêmica entre

¹⁸⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hT5i68ACjuU>, acessado em 04/11/2018, 11:43h.

a *booktuber* Tatiana Feltrin e o escritor Ronaldo Bressane. Alguns, como o escritor Santiago Nazarian, acreditam que essa prática pode ser perigosa, pois coloca em xeque a autonomia da opinião independente¹⁸⁶:

Para mim, essa prática é a pá de cal na crítica tradicional, isenta, e uma ameaça à literatura como um todo.

Sabemos do espaço cada vez mais restrito para a crítica literária que, com a abertura desse espaço para divulgação paga, ameaça acabar de vez.

Quem se dispõe a pagar por isso está interessado apenas em divulgação, não entende o papel da crítica, e não está interessado que seu livro seja de fato discutido e analisado, apenas comercializado.

Anunciar um "publi" como "resenha" é um equívoco grotesco. Uma "resenha paga" pelo próprio autor/editora ou "publi" não tem como ser isenta. É óbvio que críticos de jornal/revista recebem, mas o pagamento vem pelo jornal (através dos anunciantes/assinantes). Isso faz TODA a diferença.

Aconteceu a mesma coisa anos atrás, com as rodas/vitrines de livraria, que eram feitas por indicações de livreiros e se tornaram pagas. Por isso hoje só se encontra merda exposta. Por isso literatura vende cada vez menos. (Nazarian, 2018, s.p.)

Enquanto algumas pessoas questionavam ou condenavam a prática, outros argumentavam que é lícito cobrar por uma “resenha” no *Youtube*, pois ela envolve o trabalho de apreciação do material, criação do conteúdo e a filmagem, desde de que a prática seja explícita de alguma forma para o espectador (o que geralmente tem sido feito nos vídeos através de sinalização escrita ou como um aviso do próprio *booktuber* no início do vídeo). Daniel Lameira ressalta que essa prática de publieditorial com influenciadores digitais já constitui uma prática de mercado vigente¹⁸⁷:

A profissionalização sempre chega ao mercado editorial tardiamente, principalmente pelo véu de sacralidade que acompanha a literatura. E, embora por um lado eu veja a beleza do romantismo, por outro ignorar o aspecto comercial no sistema em que vivemos faz com que tenhamos uma área que vive à beira do abismo em diversas frentes. Trabalhar com influenciadores é uma realidade em todos os setores de varejo. Não podemos ver como um absurdo pagar para um profissional abrir câmera, estudar um produto, criar um roteiro, apresentar, editar e, além de tudo isso, alcançar um público engajado e que acredita nas suas opiniões. Aliás, em muitos casos, um público interessado que ultrapassa em número as revistas especializadas sobre o assunto que tem uma estrutura, anúncios (de editoras) e investidores por trás. (Lameira, 2018, s.p.)

¹⁸⁶ Para saber mais: <http://santiagonazarian.blogspot.com/2018/08/adicionar-legenda-voltei-para-sao-paulo.html>.

¹⁸⁷ Para ler a publicação completa: <https://medium.com/@lameira/livros-e-youtube-984bf481cc87>.

A utilização de publieditoriais não se configura como uma prática recente, especialmente se levarmos em consideração os vários exemplos que poderíamos citar dessa forma de publicação dentro da mídia impressa. O que podemos citar como uma modificação dentro desse contexto é o tipo de mediação para que ela aconteça: se na mídia impressa ela ocorria de forma escrita, podendo ser consumida por qualquer pessoa que a adquirisse (no caso de um jornal, por exemplo, o publieditorial estaria disponível para todos que o comprassem), na mídia digital ela se caracteriza como performance, com a interferência dos algoritmos que operam com o intuito de pré-selecionar informações que, de acordo com seus critérios de relevância, podem ser significativas para o espectador ou não. No entanto, enquanto no jornal impresso não havia nenhuma garantia que o leitor fosse, de fato, ler o publieditorial disponibilizado pela mídia, no ambiente virtual essa informação é mais facilmente conseguida pelos investidores: basta acessar o número de visualizações do conteúdo e consultar quantos “cliques” aquela publicação conseguiu. Portanto, apesar de ser mais sujeita à ação dos algoritmos e, dessa forma, passar por mecanismos que podem tanto facilitar (tornando mais visível) como dificultar (tornando menos visível) o acesso ao conteúdo, esse tipo de publieditorial acaba sendo mais “verificável” com relação ao seu consumo por parte do espectador.

Há outro aspecto a ser considerado quando contrastamos o publieditorial de mídia impressa com o que é realizado em mídias digitais, no caso desse trabalho, o que é realizado por *booktubers*. No caso do publieditorial impresso, o jornalista responsável pela produção do conteúdo era um funcionário de uma instituição, e criaria a peça de acordo com a demanda dessa instituição com o aval dos patrocinadores do publieditorial; no caso dos *booktubers*, eles entram em contato diretamente com o cliente, aproximando-se, dessa forma, de um conceito muito mais relacionado ao pensamento do “empreendedorismo individual”, bastante presente na sociedade contemporânea.

Diante do que foi exposto, é interessante refletir sobre essa participação do leitor em mídias digitais com uma abordagem mais teórica, como faremos na próxima parte desse capítulo.

3.2. Interatividade, comunidade virtual e conexão

Faz-se necessário, após a demonstração de alguns exemplos de participação e engajamentos dos leitores no campo virtual com relação ao processo de debate e, portanto, visibilidade de autores e obras, tentar compreender, de um ponto de vista um pouco mais teórico, os desdobramentos e possíveis razões para que essa participação seja potencializada nos tempos atuais. Seria ingênuo pensar que ela ocorre somente por conta das novas possibilidades trazidas pela internet, e nos cabe investigar, ainda que acreditemos que não seja possível esgotar o tema (e nem nos cabe essa pretensão). Seria ingênuo também imaginar que essa participação não está atrelada aos outros atores do campo, como editoras, crítica e autoria. Ela não se encerra em si só, não acontece em isolamento, e causa reverberações que modificam a dinâmica de interação entre os atores do campo. Uma simples postagem de um leitor digitalmente visível pode modificar a visibilidade de um autor ou de sua obra, causando também modificações para as editoras, e é nesse ponto que vemos a intrincada e complexa relação entre os atores do campo de mídia digital.

Para empreender tal análise, é necessário ter como base os novos comportamentos que as tecnologias atuais possibilitaram, com a formação de redes sociais. A sensação de que tudo pode (e deve) ser compartilhado e a reformulação do conceito de privacidade são premissas para entender esse comportamento, assim como a ideia de coletividade, oriunda da experiência de conexão virtual, e a primazia da opinião, do gosto e da subjetividade que, ao longo dos últimos anos, têm ganhado cada vez mais força e visibilidade. A informalidade nas postagens, que as aproximam da “ideia do real” e do “gente como a gente”, também deve ser destacada – especialmente os vídeos analisados tentam remeter à ideia de que o leitor, em uma ambientação doméstica, na sua “biblioteca caseira”, pega uma câmera e filma sua opinião sobre um livro, de maneira espontânea. O leitor contemporâneo retratado aqui nesse estudo é um eleitor que não lê sozinho, ao lado do autor, amplia a visibilidade e os paratextos de uma obra. Nesse binômio, todos potencialmente ganham evidência (e, em alguns casos, retorno financeiro).

O fenômeno da leitura compartilhada como um reflexo desse novo comportamento, apesar de recente, já foi abordado anteriormente por alguns autores. Em seu livro sobre os perfis de leitores, “O leitor como metáfora – o viajante, a torre e a traça”, Alberto Manguel já destaca a questão da conectividade através de comentários em redes sociais e a influência deles sobre as escolhas de leitura:

O célebre conselho do E.M. Foster, “apenas conecte”¹⁸⁸, tomou a forma de uma interconectividade inconsequente, do sentimento de que, por meio da internet, nunca estamos sós, nunca precisamos dar satisfação, nunca somos obrigados a revelar nossa verdadeira identidade. Viajamos em rebanhos, conversamos em grupos de *chat*, fazemos amigos no Facebook, morremos de medo de uma sala vazia e da visão de uma única sombra em nossa parede. Sentimos desconforto ao ler sozinhos; queremos que nossa leitura também seja “interconectada”, compartilhando comentários na tela, sendo dirigidos por listas de *best-sellers* que nos dizem o que os outros estão lendo e pelos guias de leitura adicionados pelo editor ao texto original, sugerindo perguntas a fazer e respostas a dar. (Manguel, 2017, p. 59)

Muitas são as influências que atravessam, portanto, o leitor atual: desde a presença do autor em redes sociais, assim como em eventos literários (festividades como FLIP e noites de autógrafo), conforme já foi mencionado, às sugestões de leitura que “magicamente” aparecem quando navegamos em sites de compras de livros, como o site *Amazon* (como também já foi mencionado no início do capítulo anterior), passando pelos comentários e postagens dos próprios leitores em redes sociais mais genéricas, como o *Instagram* e o *Facebook*, ou mais específicas, como os aplicativos de clubes de leitura, entre outros fatores que podem ser apontados dentro do fenômeno. A visibilidade na tela torna-se fator de grande importância para as vendas de obras, afetando não somente o comércio virtual como também as livrarias físicas em si. Para o mercado, portanto, é importante que não somente o autor apareça de forma mais ostensiva, como também é estimulado que o leitor o faça também. Para que tal aconteça, a ideia de interconectividade passa a ser crucial – não somente a interconectividade que encontramos através de redes sociais, como também as que são possibilitadas em outros suportes. Não por acaso, por exemplo, o suporte de leitura eletrônica *Kindle*, que possui tanto aparelho próprio quanto disponibilidade para ser instalado em outros suportes (celulares, por exemplo), como aplicativo, permite que o

¹⁸⁸ E. M. Foster, *Howards End*, cap. 22 – referência do autor.

usuário veja quantas pessoas destacaram (o que equivale a sublinhar) o mesmo parágrafo destacado pelo leitor. Parágrafos destacados por mais usuários podem gerar a sensação de que são mais relevantes dentro do texto, o que pode criar a ideia de uma “leitura compartilhada”, novamente, passamos pelo campo do sugestionamento, tão presente no virtual. O sugestionamento para aquisição de obras também está presente no leitor eletrônico (tal qual no site de sua empresa desenvolvedora, a *Amazon*), além de estar presente também no plano de assinatura disponibilizado para o *Kindle* (*Kindle Unlimited*), onde o usuário paga uma assinatura mensal e pode ter acesso gratuito à vários títulos, com a curadoria da *Amazon*. Nos tempos atuais, portanto, mais que nunca, pensamos que escolhemos uma obra, sem levar em consideração as múltiplas influências às quais estamos expostos até chegar nela.

É interessante notar que, de uma certa forma, esse fenômeno já havia sido “profetizado” anteriormente, através de análises de tendência de mercado. Em “O que a internet está fazendo com nossos cérebros – a geração superficial”, Nicholas Carr dedica um capítulo inteiro a analisar como as novas tecnologias poderiam transformar o processo de leitura, e, desse capítulo, é proveitoso destacar a passagem onde ele também aponta, em 2011, a tendência de que a leitura seria algo compartilhado, tal qual acontece agora em redes sociais:

Muitos observadores acreditam que é apenas uma questão de tempo até que funções das redes sociais sejam incorporadas aos leitores digitais, transformando a leitura em algo como um esporte de equipe. Todos nós iremos papear e passar notas virtuais enquanto percorremos um texto digital. Assinaremos (serviços que automaticamente atualizarão nossos e-books) com comentários e revisões acrescentadas por outros leitores. “Em breve”, diz Ben Vershbow, do Instituto para o Futuro do Livro, uma divisão do Centro para a Comunicação Annenberg da USC, “os livros terão literalmente discussão dentro deles, tanto bate-papos ao vivo como trocas assíncronicas por meio de mensagens e comentários sociais. Seremos capazes de saber quem mais lá fora está lendo esse livro e entrar em diálogo com essa pessoa. (Carr, 2011, p. 150)

Em *Nosedive*¹⁸⁹, primeiro episódio da terceira temporada da série distópica *Black Mirror*¹⁹⁰, a protagonista Lacie Pound vive em uma sociedade onde tudo pode ser adquirido (ou não) através de sua pontuação em um *ranking* de popularidade, obtido

¹⁸⁹ O episódio data de outubro de 2016.

¹⁹⁰ A série é disponibilizada pelo aplicativo de vídeo sob demanda (VOD) Netflix.

através de exaustiva interação em redes sociais. Portanto, o mecanismo de controle desse mundo distópico é a popularidade, e de acordo com sua pontuação (que pode ser elevada ou rebaixada) os personagens conseguem fazer mudanças para casas melhores, assentos em aviões, tratamentos para doenças: qualquer decisão ou escolha passa pela pontuação. O uso de ambientação clara e tons pastéis ajudam a criar um clima de normatização e “tranquilidade” que ocultam a perversidade do controle por popularidade sobre a população, e a protagonista vive, no início do episódio, de acordo com os padrões esperados, totalmente imersa nesses valores. Com o desejo de aumentar sua pontuação de popularidade para conseguir a “casa dos sonhos”, Lacie se envolve em uma série de episódios que sucessivamente vão diminuindo sua pontuação, enquanto ela percebe, finalmente, o mecanismo de controle ao qual está submetida. Sua redenção e liberdade serão somente conseguidas, paradoxalmente, quando ela vai presa e passa a não fazer parte do mecanismo de pontuação, e pode finalmente expressar-se de acordo com sua vontade. Sob um determinado ponto de vista, podemos fazer um paralelo entre esse episódio, o parágrafo destacado e a vivência dos leitores em redes sociais apresentada anteriormente. Guardado os exageros apresentados na obra de ficção, de uma certa forma, o sistema de pontuação baseado inteiramente em opiniões já existe dentro do campo virtual, na forma da exposição (ou não) de obras e autores através de postagens de leitores, como assinala Carr, “(...) e passar notas virtuais (...)”, especialmente em postagens de vídeos de *booktubers*. Essa classificação, em um determinado aspecto, já tem ocorrido e sido referendada pelo mercado, quando empresas ligadas à venda de livros ou editoras realizam parcerias para que esses vídeos sejam feitos. A “nota” ou a impressão do *booktuber* passa a valer tanto quanto uma propaganda e, muitas vezes, mais do que uma apreciação crítica, dado o seu impressionante alcance. Tal qual em *Nosedive*, o índice de popularidade de um autor ou de uma obra, ou o índice de popularidade de um leitor comentando a obra, bem como a sua opinião favorável a ela, passam a ser critérios para a maior ou menor circulação/ interesse de um livro no mercado.

Carr ainda vai além quando tenta expôr que essa mudança no campo da leitura potencialmente poderá modificar a própria linguagem, baseando-se no raciocínio de que, modificado o estilo de leitura, também o estilo de escrita poderá ser transformado.

Para isso, ele argumenta que, em um dado ponto da historiografia literária, quando a obra passou a ser lida de maneira privada e silenciosa, houve o desenvolvimento do estilo de escrita que respondia à essa leitura, aquilo que ele chama de “escrita privada”. Com a modificação do processo de leitura, o autor sugere que, novamente, o estilo de escrita novamente terá que se adaptar ao “novo” leitor:

(...) Os autores, podendo supor que um leitor atento, profundamente compromissado tanto intelectual como emocionalmente, “finalmente surgiria e lhes agradeceria”, rapidamente ultrapassando os limites da fala social e começaram a explorar uma riqueza de formas marcadamente literárias, muitas das quais poderiam existir somente na página. A nova liberdade do leitor privado levou, como vimos, a um surto de experimentação que expandiu o vocabulário, estendeu as fronteiras da sintaxe e aumentou de um modo geral a flexibilidade e a expressividade da linguagem. Agora que o contexto de leitura de novo está se alterando, da página privada para a tela comunal, os autores mais uma vez se adaptarão. Cada vez mais, eles adequam o seu trabalho para um meio que o ensaísta Caleb Crain descreve como “grupalidade”, onde as pessoas leem principalmente “por uma questão de um sentimento de pertencimento” em vez de por iluminação ou diversão pessoal. (Carr, 2011, p.151)

Não nos cabe, dentro desse estudo, conjecturar que modificações ocorrerão dentro do plano de modificação do estilo de escrita, para o nosso caso, devemos salientar novamente a questão da “leitura compartilhada” com um outro enfoque, surgido dentro do último comentário: os “grupos de pertencimento”. Parafraseando o ensaísta Caleb Crains, Nicholas Carr sugere que a “leitura compartilhada” criaria comunidades de leitores específicos, pessoas que se identificam com determinados autores ou gêneros, criando laços virtuais entre si. Esses grupos são facilmente verificáveis em comentários em vídeos de *booktubers* e em aplicativos de clubes de leitura, e a identificação acontece por escolhas de “gêneros¹⁹¹” (*best-sellers*, literatura *young adult*, etc), por escolha de autores (predileção por Haruki Murakami, por Gabriel García Márquez, etc) e até mesmo por viés político-ideológico (formando grupos de leitores que têm maior tendência política à esquerda ou à direita), por região geográfica, etc. Desta forma, postagens como “Quem acha Gabriel García Márquez o melhor escritor que já existiu curta essa postagem” proliferam nesse tipo de aplicativo, e a intenção é somente criar contato, através do reconhecimento de uma característica

¹⁹¹ Nesse caso, não estou me referindo ao sentido mais restrito de gênero de acordo com a teoria literária, e sim mais à classificação “mercadológica”.

leitora em comum, com outros elementos, para uma possível formação, ainda que inconsciente, de um “grupo de pertencimento”. É comum também que os perfis de *booktubers* sofram a influência desses grupos, uma vez que alguns deles abordam questões mais ligadas ao campo político e acabam sendo identificados por leitores do grupo ao qual se filiam ideologicamente, sendo algumas vezes expostos como “*booktubers* de esquerda” e “*booktubers* de direita”. A observação desses fenômenos corrobora, de uma certa forma, a existência e validação desses “grupos de pertencimento” cuja formação somente é viável através dos comentários de leitura em redes sociais.

É interessante notar que, de alguma forma, esses “grupos de pertencimento” de leitores se assemelham, de alguma forma, aos nichos de mercado, concepção presente há bastante tempo. No entanto, enquanto o conceito de nicho de mercado tende a ser mais estático, além de mais abstrato (pressupõe o leitor de um livro), o grupo de pertencimento é algo mais dinâmico, permanentemente em mudança, uma vez que os atores interagem de maneira constante, a partir da identificação com um tema em comum. O leitor não é mais um pressuposto, e sim alguém identificado como pertencente a um grupo específico (leitores que gostam de Gabriel García Márquez, novamente como exemplo), e uma vez identificado, passa a ser também mais lucrativo para o mercado, que pode orientar com mais precisão as sugestões de compra de obras (“Se você gosta de Gabriel García Márquez, também pode gostar de...”). O que o algoritmo de vendas de empresas como a *Amazon* tem tentado fazer, através de *plugins* e outros sinais por muitas vezes desconhecidos dos usuários (como nos lembra Eli Parisier), é identificar a que grupos de pertencimento o leitor está relacionado, através de sua participação, e cruzar essas informações com as que já existem sobre nicho de mercado, criando um público mais restrito no mercado literário, que discute, interage e compra um determinado autor ou gênero. O leitor passa a ser um consumidor específico, nesse contexto, de um determinado autor ou gênero, quer seja pelas publicações do próprio autor em redes sociais (quando elas existem, como no caso de autores vivos que interagem através das redes), quer seja pelas postagens de outros (leitores ou editoras) nas mesmas redes, ou pela ação dos algoritmos, em um processo que se retroalimenta, formando um público leitor compartilhado de alguém ou de

alguma obra específica, oriundo da influência digital e da visibilidade. A leitura compartilhada, por muitas vezes, sofre a influência, portanto, da sugestão de um autor ou de alguma obra específica, atendendo, de certa forma, aos interesses do mercado.

É necessário pontuar que a leitura em grupo não chega a configurar como uma novidade na literatura, algo trazido pelas novas tecnologias digitais. A última citação destacada também sugere que a leitura privada é que foi algo relativamente inédito no seu tempo, impulsionada pelas novas formas de impressão e circulação do livro. Se pensarmos nos saraus tão típicos do século XIX teremos a sensação de que a leitura em grupo era algo bastante usual. No que ela se difere, nesse contexto, do fenômeno que temos acompanhado hoje em dia? Basicamente, em quatro aspectos: o primeiro, e o mais óbvio deles, é o alcance de público e a velocidade de disseminação da mensagem, potencializada pelas mídias digitais, segundo, a transformação do público generalizado em um público mais restrito, conforme foi explicado, terceiro, a valorização da *opinião sobre a obra* em detrimento da *leitura da obra*, e o quarto fator seria algo relacionado aos autores e seus leitores: enquanto o sarau pressupunha a performance do autor, uma vez que o próprio, em muitas oportunidades, lia seus textos, a “leitura compartilhada” realizada na contemporaneidade relaciona-se muito mais com uma performance de leitor, que indica livros, opina, mostra, debate e recomenda (ou não) a obra analisada.

Diante desse panorama, outro fator a ser também levado em consideração é o do maior engajamento de leitores na produção de conteúdo, especialmente o de paratextos que circulam sobre a obra. Se anteriormente a circulação de paratextos era mais veiculada às editoras, autores e mídia tradicional, hoje temos um compartilhamento dessa responsabilidade, com leitores também criando conteúdos para debater uma obra, sendo os *booktubers* também um bom exemplo para essa afirmação. Henry Jenkins, em *Cultura da Convergência*¹⁹², já aponta para a tendência de participação dos consumidores de conteúdo em relação às novas mídias:

¹⁹² Aqui faço uma ressalva: não é o enfoque desse trabalho debater sobre a convergência (ou não) para um único meio, e sim acrescentar à discussão a ideia de cultura participativa, pela qual Jenkins passa no referido livro.

A expressão *cultura participativa* contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre 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. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações de mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidade para participar dessa cultura emergente do que outros. (Jenkins, 2009, p. 30)

Jenkins ainda vai além quando pondera que essa interação não ocorre simplesmente porque temos a tecnologia que a viabiliza, mas que isso seria algo relacionado ao comportamental. Em outras palavras, não compartilharíamos conteúdo se isso não fosse próprio da natureza e cultura humana. Ao analisarmos a primeira frase do parágrafo destacado, podemos refletir um pouco sobre a possível mudança que tem sido apontada com relação à passividade do consumidor, no nosso caso, leitores. No período anterior à revolução digital, o comportamento esperado do leitor era que lesse a obra e a discutisse, quando havia interesse, com pessoas próximas. Com as redes sociais, os leitores passaram a não somente ler a obra, mas podem também discuti-las com desconhecidos, produzindo conteúdo para que tal ocorra com o maior número de pessoas possível.

Dessa forma, partindo das ideias de cultura participativa demonstradas por Henry Jenkins, assim como da análise realizada por Raquel Recuero (2012) sobre o comportamento dos atores em sites de rede social, podemos pensar em possíveis desdobramentos para a questão do leitor em mídias digitais:

Assim, podemos dizer que há atores que investem nesses sites e em sua apropriação visando obter um determinado retorno, tal como os valores discutidos acima, enquanto há atores que apenas desejam investir em seguir os demais para obter informações. (Cha et al, 2010), (Recuero, 2012, p. 609)

Partindo da citação acima, podemos conjecturar a presença de um *leitor interativo*, aquele que responde a um processo já construído pelo autor e pelo mercado - ele lê e interage, busca saber mais sobre o autor em redes sociais ou sobre a obra, podendo responder e opinar, através de comentários, ao autor, ao produtor de conteúdo e/ou a outros leitores comentaristas como ele, e o *leitor participativo*, aquele que possui

maior envolvimento na produção de conteúdo, apropriando-se de mecanismos de produção e veiculação disponíveis, sobretudo, nas mídias digitais: *bookgrammers* e *booktubers*, especificamente, ampliando, com isso, a circulação de paratextos da obra. Para um autor participativo, um leitor participativo, como as duas faces de uma moeda, que juntos podem conseguir aumentar a visibilidade de um livro. O leitor participativo não é o crítico, nem tampouco o jornalista que faz resenhas em mídias tradicionais ou digitais: ele é o leitor que, através de testemunhos preponderantemente imagéticos (foto ou vídeo), onde são realçadas a espontaneidade e o tratamento informal por parte do interlocutor, pretende dar sua opinião e influenciar outros leitores com mídia produzida por ele mesmo. A partir do momento em que ele gera um conteúdo e esse se dissemina nas redes, ele aumenta o seu capital de visibilidade, bem como o do autor e da obra.

Como um exemplo, podemos citar um grande sucesso de mídia ocorrido recentemente: a série de livros de fantasia épica “As Crônicas de Gelo e Fogo”, escrita pelo autor norte-americano George R. R. Martin. Os primeiros livros foram lançados em meados da década de 90 do século XX, e dado o sucesso comercial dos livros, o produto acabou se tornando uma série de grande audiência do canal de TV por assinatura HBO, ganhando o título de “Game of Thrones”. Tanto o livro quanto a série, assim como os paratextos que circularam em mídia tradicional e digital referindo-se ao produto, são de responsabilidade do autor ou das pessoas envolvidas com a direção e produção da série, no entanto, devido ao seu grande sucesso, também começaram a surgir vídeos de *YouTube* com fãs fazendo comentários, mudando a abertura, fazendo resumos e paródias, assim como *fanfics*¹⁹³ e *memes* com seus personagens, que facilmente são encontrados em redes sociais. Toda essa produção foge do controle tanto do autor quanto dos produtores da série, mas ela acaba sendo interessante porque aumenta o capital de visibilidade do produto. Quanto mais visível, mais valorizado e, portanto, mais consumido. Quanto mais se comenta sobre uma obra, mais ela se torna

¹⁹³ Conceito de fanfic: Fanfic é a abreviação da expressão inglesa fanfiction, que significa “ficção de fã” na tradução literal para a língua portuguesa. As fanfics são histórias ficcionais que podem ser baseadas em diversos personagens e enredos que pertencem aos produtos midiáticos, como filmes, séries, HQ’s, videogames, mangás, animes, grupos musicais, celebridades e etc. Os fãs desses produtos se apropriam do mote da história ou dos seus personagens para criarem narrativas paralelas ao original. Normalmente, as fanfics são publicadas em fóruns ou sites específicos para este tipo de conteúdo na internet. Os criadores das fanfics não têm a intenção de ferir os direitos autorais ou de obter lucros com as suas produções. Para saber mais: <https://www.significados.com.br/fanfic/>.

visível, quanto mais se torna visível, mais será comentada, e assim por diante, gerando cada vez mais um número maior de *likes* ou *views*: o papel do leitor na atualidade, junto com o autor (que possui, obviamente também outras responsabilidades com relação ao livro), especialmente do leitor participativo, não é somente de ler, é o de comentar a obra, aumentando exponencialmente sua exposição.

Logicamente, quando pensamos nas inovações possíveis oriundas das novas tecnologias de mídia unidas a essa esfera de compartilhamento de leitura, devemos refletir sobre possíveis impactos desse fenômeno no campo do capital social. Longe de nos aprofundarmos nos conceitos já bastante conhecidos, apresentaremos a definição consensual proposta por Alejandro Portes, para quem “apesar de diferenças, os trabalhos publicados têm revelado um crescente consenso em torno da utilização do termo capital social como a capacidade de os atores garantirem benefícios em virtude da pertença a redes sociais ou a outras estruturas sociais.” (Portes, 2000, p. 5). Poderíamos incluir, nessas estruturas sociais, o próprio campo de interações sociais virtuais, onde os atores mantêm relações sociais, que não necessariamente estão ligadas às relações fora do ambiente virtual, e que de alguma forma se beneficiam dessa interação, seja em forma de visibilidade ou de usufruir da sensação de pertencimento a um grupo de interesses em comum, potencializadas pelas mídias digitais na contemporaneidade. Faz-se necessário ressaltar que mesmo antes do uso mais ostensivo de redes como *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*, essas comunidades de discussão geradas por interesses em comum já eram uma prática existente. No entanto, nelas ainda não encontraríamos o espaço necessário para que um protagonismo performático mais efetivo surgisse, como podemos constatar anos mais tarde, com a análise de exibição de material audiovisual que prolifera exponencialmente hoje em dia.

O leitor participativo, nesse contexto, além de ser responsável pela geração de conteúdo (quando posta, por exemplo, um vídeo dando opinião sobre uma obra/autor em uma rede social de compartilhamento), acaba funcionando também como uma espécie de “indexador”, um formador de comunidades literárias com interesses afins, como nos lembra Recuero:

Além disso, as conexões que são geradas por todo o grupo atuam também, conforme explicitados, de forma a visibilidade para determinados indivíduos e, ao mesmo tempo, geram um filtro para um grupo como um todo, mostrando atores considerados relevantes. (Recuero, 2012, p. 608-609)

Ao se identificar com o vídeo e “assinar” para sempre receber notificações de novos vídeos daquele influenciador digital (seguir o canal), subentende-se que o leitor interativo de alguma forma tem interesse no que está sendo publicado e quer fazer parte daquele grupo de discussão, seja por audiência, seja por comentário. O público de leitores interativos vai, portanto, criando uma espécie de “comunidade” em torno desse leitor participativo, dando visibilidade a ele em troca de pertencimento. É cada vez mais comum, inclusive, a participação de *booktubers* em mesas de Bienais do Livro e eventos literários, além dos eventos chamados de “Encontro de *booktubers*”, tais quais vemos com autores nas mesmas Bienais e feiras literárias, e o alto índice de interesse do público que pôde ser verificado nos últimos anos ratifica a ideia tanto de identificação quanto de pertencimento. Enquanto leitor participativo produz um conteúdo sobre um autor e sua obra, o leitor interativo recebe o material disponível em mídias digitais, produzido tanto pelo leitor participativo quanto pelo próprio escritor em redes sociais.

Essa ideia de identificação e pertencimento não somente está estabelecida entre o influenciador digital e seu público, mas também entre influenciadores, sendo muito comum a prática de citação, vídeo-resposta, comentários, etc que transparecem a interação existente entre influenciadores, ampliando assim o seu espectro de comunidade literária. A interatividade do público em conteúdos produzidos por usuários, de acordo com Josh David Jackson (apud Burgess et Green) no trecho abaixo, é maior do que dos vídeos produzidos por empresas:

A sensação de associação pode operar das mais variadas formas através do senso de comunidade. Muitos dos ‘uploaders’ (pessoas que disponibilizam arquivos de vídeo) que abordei como exemplo claramente se percebem como parte de um grupo maior de vloggers, e eles realizam conexões entre si através de vídeos-resposta, mencionando e endereçando um ao outro em seus posts, escrevendo e respondendo comentários de suporte e encorajamento, criando links para outros canais na sua página de perfil do YouTube ‘vlog roll’, e disseminando memes uns para os outros via os já mencionados ‘tag vídeos’. Não é incomum a colaboração entre vloggers para ‘remix’ de um material produzido por outrem. Burgess e Joshua Green trataram extensivamente do tema. Eles

acreditam que enquanto os vídeos mass media tradicionais criados para a plataforma são o conteúdo mais visto do YouTube, é o conteúdo gerado pelo usuário, especialmente vlogs, que são tanto mais comentados quanto os que mais geram vídeos responsivos. (Jackson, 2013, p. 60)¹⁹⁴

É necessário buscar algumas razões para que o *YouTube* fosse a plataforma escolhida por alguns leitores para tornarem-se booktubers. Em 2018, o Facebook ainda se mantinha como a rede social mais utilizada no mundo, com 2.230.000.000 de usuário mensais ativos, enquanto o *YouTube* vinha em segundo, com 1.990.000.000 de usuários mensais ativos. Segundo analistas, a tendência de crescimento do *YouTube* é maior, uma vez que o *Facebook* encontrou problemas (como vazamento de dados confidenciais de usuários, entre outros)¹⁹⁵. A plataforma de vídeos traz informações impressionantes: com dois bilhões de visualizações por dia, o *YouTube* tem uma audiência maior do que as três maiores emissoras de televisão americanas juntas. A cada segundo, dez novos vídeos são disponibilizados.¹⁹⁶ Diante desse alcance e dessa potência de visualização, as chances de se tornar conhecido e interagir com um público ampliado é maior. Além disso, ele é uma plataforma bastante simples para o usuário operar (fazer compartilhamento de arquivo, comentar, criar perfil, etc) e possui uma grande capacidade de armazenamento de vídeos, que podem ser indexados de acordo com a vontade do usuário. A evolução e popularização de smartphones e de câmeras de vídeo também são fatores a serem levados em consideração, assim como a simplificação de aplicativos de montagem de vídeo e tratamento de imagem.

¹⁹⁴Feelings of association can operate in more complex ways through a sense of community. Many of the uploaders found in my sample clearly see themselves as part of a greater population of vloggers, and they perform their connection to each other by generating video responses, mentioning and addressing one another in their posts, writing and responding to comments of support and encouragement, linking to other vlogs in their YouTube profile page's "vlog roll," and spreading YouTube memes to each other via the aforementioned "tag videos." It's also not uncommon for vloggers to collaborate with each other and "remix" another's content. Burgess and Joshua Green have together covered the vlogging community extensively (see YouTube; "The Entrepreneurial Vlogger"). They find that while traditionally created mass media videos are the most viewed content on YouTube, it is user-generated content, and especially vlogs, that are both the most commented-upon and generate the most response videos. (Tradução da autora).

¹⁹⁵ Dados de agosto de 2018, disponíveis em <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/> (acessado em 15/01/2019, 23: 35h).

¹⁹⁶ Dados de 2010. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/youtube/5810-o-youtube-em-numeros.htm>. Acessado em 15/01/2019, 23:41h.

Exposto tanto às novas facilidades tecnológicas quanto a uma cultura de compartilhamento, o caminho natural do leitor contemporâneo foi, portanto, o de potencializar sua presença no ambiente virtual, tornando-se, assim como o autor, mais visível. A pluralidade de opções e a associação de acordo com os gostos ajudam a formar os “grupos de pertencimento”, que diretamente influenciam na visibilidade dos atores, como nos lembra Recuero:

Assim, quanto mais conexões associativas alguém tem, maior a sua visibilidade, que dá acesso a valores como popularidade, no sentido de ser conhecido pelos demais atores. Assim, a partir das ações individuais para construir melhor acesso à informação, os atores decidem a quem desejam conectar-se ou não. Ao efetivar essa decisão, cada um contribui diretamente para a popularidade de determinados nós e a não popularidade de outros, tornando certos atores mais visíveis e outro menos. As conexões associativas também podem gerar legitimação, na medida em que há o reconhecimento do outro como presença na rede. (Recuero, 2012, p.608)

A visibilidade dos leitores que se dedicam ao ramo de influenciadores digitais de literatura depende, portanto, de múltiplos fatores, e um dos que mais deve ser ressaltado é o da qualidade de interação com seus espectadores leitores, que pode ser desdobrar em parcerias com editoras, presença em eventos, apoio da *Amazon*, reconhecimento do seu trabalho no âmbito virtual, entre outras benesses. A visibilidade do seu discurso potencializará e ampliará a visibilidade tanto da obra quanto do seu autor, caso a apreciação feita pelo influenciador seja positiva e, em algumas circunstâncias, mesmo uma apreciação pouco positiva ou polêmica pode gerar também visibilidade, gerando curiosidade por parte do leitor/espectador sobre a obra, como foi o caso de “Lolita”, cuja análise faz-se presente em vários perfis de *booktubers* pesquisados para o estudo.

É interessante notar que alguns livros ou autores são analisados por vários influenciadores e em várias plataformas – não é raro, por exemplo, encontrar uma obra que tenha sido analisada tanto em perfis de *Instagram* quanto de *YouTube*, enquanto outras não têm a mesma possibilidade. Em recente reportagem (de capa) da publicação literária Suplemento Pernambuco, “Por que ler juntos? – estar presente como arma de leitura”¹⁹⁷, encontramos a defesa dos clubes de leitura presenciais como um espaço de

¹⁹⁷O link completo da reportagem pode ser acessado em: http://www.suplementopernambuco.com.br/images/pdf/PE_155_web.pdf.

contato real, como uma forma de engajamento político e de criação de mecanismos de visibilidade para além do mundo virtual, como é o caso do “Leia Mulheres”, que se reúne mensalmente em várias cidades brasileiras para leitura e debate das obras previamente escolhidas, um dos vários casos trazidos pela reportagem. Uma das mediadoras de outro coletivo, o Lendo Mulheres Negras, é entrevistada e ressalta a importância da presença:

Evelyn Sacramento, uma das mediadoras do Lendo Mulheres Negras, que existe há dois anos e é realizado em Salvador e em Brasília, traz uma palavra-chave sobre a importância dos encontros presenciais: “Apesar de termos ações também em redes sociais, os encontros presenciais são a concretização daquilo que produzimos ao longo do mês. Nós costumamos dizer que nossos encontros são de cura, expomos sentimentos, compartilhamos vivências, muitas vezes choramos, rimos, divergimos, lambemos feridas e, por fim, recebemos cumplicidade no olhar e nas palavras de nossas iguais, outras mulheres negras”. Pensar a obra de Carolina Maria de Jesus, Conceição Evaristo, Livia Natália, Cidinha da Silva, Chimamanda Ngozi Adichie, autoras que, entre outras, foram lidas pelo clube ao longo desses anos, como uma experiência expandida de cura coletiva leva a literatura para o campo da resistência. Da chance de transformar os livros não apenas em refúgios, mas sobretudo em possibilidades de elaboração de imaginários desejados em enfrentamento direto a imaginários dominados. (Almeida, 2019, p. 14)

Se as redes sociais colaboram para a criação de “grupos de pertencimento” no âmbito virtual, também temos, conforme citamos anteriormente, a organização em coletivos de leitura possibilitando algo, como podemos supor a partir da citação anterior, para além da discussão de uma obra: o compartilhamento de vivências experienciadas por suas (seus) frequentadoras (-es), algo que está politicamente além da questão opinativa (da “troca de ideias”) sobre a leitura. Longe de se configurarem como opostos, esses caminhos (virtual e presencial) se entrecruzam, tornando-se inócuo tentar delimitá-los na contemporaneidade, é certo que seu ponto de partida e dinâmica de funcionamento os tornam diferentes, mas ambos ressaltam a força da presença do leitor nos tempos atuais.

Com uma presença tão forte, o leitor caminha ao lado do autor, tornando sua participação mais expressiva no contexto literários nos últimos anos. Diante de duas presenças tão fortes na mídia, especialmente a digital, resta-nos analisar a presença da crítica literária nesse intrincado campo. A provocação “Quem tem cacife para falar de literatura?”, proposta pela *booktuber* Tatiana Feltrin em um dos vídeos de seu canal,

será o ponto de partida para o próximo capítulo, que se propõe a refletir sobre a presença tanto da crítica quanto dos editores, junto com os já mencionados autores e leitores, no processo de ampliação de visibilidade de uma obra dentro da mídia tradicional e virtual.

4

A crítica, os autores e os leitores – Breve passeio pelos bosques da não ficção

4.1.

“Afinal, quem tem cacife pra falar de literatura?”¹⁹⁸

Em vídeo publicado no seu canal literário de *Youtube*, a *booktuber* Tatiana Feltrin fez breves considerações que podem ser interessantes para começar a analisar algumas possíveis relações entre autores, críticos e leitores, e o trabalho deles para criar condições de visibilidade em tempos contemporâneos.

A *booktuber* começa o vídeo explicando o título e a motivação para que ele fosse feito: o vídeo de uma pessoa (não citada) afirmando que muita gente na internet estava comentando uma obra do escritor norte-americano David Foster Wallace (“Ficando longe do fato de já estar meio que longe de tudo”) sem ter cacife para isso, ou seja, sem ter conhecimento para apresentar a obra de uma forma mais aprofundada. O vídeo gerou “um incômodo” em Tatiana, que resolveu ponderar sobre a questão da necessidade de se ter conhecimento de uma obra (ou de um autor) para apresentá-la/debatê-la publicamente em redes sociais.

Ela explica que não conhecia o escritor, e por isso resolve pesquisá-lo na internet, lendo postagens e alguns artigos sobre ele, além de ler o livro citado no vídeo, assim como também outra obra, “Breves entrevistas para com homens hediondos”. Tatiana, após comentar a opinião que teve sobre os dois livros, atribuiu a fama do escritor ao fato dele ter se suicidado “de forma trágica”, tornando-se assim (segundo ela) conhecido do grande público.

A partir de uma crítica desse vídeo, ela propõe duas questões para serem debatidas pelo seu público, e estimula a resposta de seus espectadores com vídeos-resposta ou comentários abaixo do vídeo (no entanto, os comentários estavam

¹⁹⁸ O subtítulo refere-se ao título do vídeo da *booktuber* Tatiana Feltrin “Afinal, quem tem cacife pra falar de literatura?”, que inicia a discussão do capítulo.

desativados para a postagem, o que impossibilita o espectador de comentar qualquer coisa): 1) Quem (ou o que) determina quem tem cacife ou não para falar de Literatura? 2) Pessoas que não conhecem teoria literária podem falar de literatura?

Para responder as duas questões propostas, Tatiana começa expondo que, na sua opinião, a internet é um ambiente livre onde as pessoas podem falar sobre o que quiserem, e que no caso específico da literatura, quando isso ocorre com embasamento de artigos para formulação de uma opinião pode ser proveitoso, mas não é essencial. Segundo Tatiana:

Às vezes eu acho que a vaidade intelectual das pessoas impedem que elas vejam o quão legal é a gente viver numa época em que eu posso ir a uma livraria, comprar vários livros, vir até aqui mostrá-los em um vídeo e perguntar assim: e aí, gente, vocês já leram? O que vocês acharam? (...) Essa troca¹⁹⁹ não é legal? Já não é o bastante? 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 têm gostos parecidos comigo, pouco importando se essas pessoas são qualificadas ou não para falar de determinada obra ou de determinado autor, isso pra mim já é o bastante. Nós estamos lendo e discutindo o que lemos, isso já não é o suficiente?²⁰⁰ (Feltrin, 2013, s.p.)

A partir do trecho destacado, poderíamos também formular algumas reflexões: seria a troca de opiniões sobre uma obra ou sobre um autor o suficiente para ampliar o conhecimento de um leitor? A mera troca de opiniões entre os leitores, possibilitada pelas redes sociais, fortalece as discussões sobre possíveis inovações nos procedimentos artísticos no campo literário, fortalecendo, assim, a própria literatura; ou essa visibilidade das obras através desses debates somente fortalece o mercado editorial, que tem o seu número de obras vendidas aumentado? Certamente, a opinião de um leitor sobre um livro deve ter relevância, sendo ele alguém que estuda o assunto ou que está buscando apenas a fruição, mas é interessante para o desenvolvimento do campo literário a preponderância da opinião (gosto) sobre a possibilidade de um estudo, ensaio ou artigo que aprofunde e amplie as discussões sobre uma obra? Em última instância, de maneira mais clara: deve a opinião tomar o espaço da crítica?

¹⁹⁹ A troca é uma referência à troca de opinião entre os leitores.

²⁰⁰ Minuto 6'45" do vídeo: https://www.youtube.com/watch?v=YrOGE_DVJHM. Acessado em: 02/04/2019, 14:44h.

É interessante ressaltar que, diante da amplitude dessas questões mencionadas acima, encontramos diferentes pontos de vista, não sendo possível abranger ou mostrar a maioria deles. No entanto, faz-se necessário destacar que da mesma forma que encontramos em redes sociais a ideia de que “só a opinião do leitor basta”, encontramos também leitores que sugerem a necessidade de apoio da crítica especializada, que provoquem diálogos mais amplos entre o leitor e a obra, fazendo com que ele a revise sob um outro ponto de vista, em ângulos não previamente imaginados. No já mencionado Clube de Leitura TAG (capítulo 2), a equipe de produção direcionou uma pergunta ao seu público através do aplicativo de interação que o clube dispõe para assinantes: de que forma poderíamos melhorar a revista (encarte que serve de suporte para a leitura do livro do mês) para que a experiência de leitura se tornasse melhor? Em sua grande maioria, os leitores responderam que sentiam falta de algum crítico de literatura ou acadêmico que fizesse comentários que enriquecessem o olhar sobre a obra.

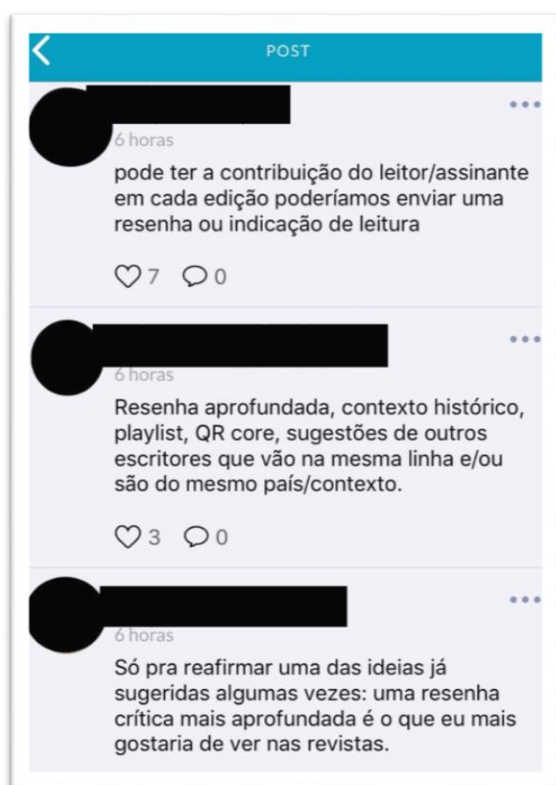


Figura 30 - exemplo de conversação entre leitores em rede social sugerindo a presença de crítica especializada.

Portanto, se para alguns leitores somente a opinião de outros leitores seria o suficiente para poder fazer a fruição ou pensar sobre um livro, para outros a ideia de alguém especializado no assunto interagindo nesse debate pode ampliá-lo de forma significativa. Esse papel seria, logo, desempenhado por um crítico ou acadêmico que desdobrasse a discussão, possibilitando ao leitor o vislumbre de certos aspectos que podem passar despercebidos em uma primeira leitura. A demanda pelo trabalho dos críticos na contemporaneidade, dessa forma, teria um pequeno deslocamento de sua função histórica: uma vez que a indicação de possíveis leituras tem sido um espaço cada vez mais ocupado pelos leitores e pelas editoras, uma possível atuação do crítico seria de aprofundamento da discussão da obra, que levasse os leitores a refletir sobre ela para além do gosto. Sua atuação, nesse contexto de ampliação do público leitor, possibilitada pelo advento da internet e das discussões em redes sociais, seria crucial para a formação do leitor crítico, de acordo com Leyla Perrone-Moisés:

Mais do que em outros períodos históricos, nosso tempo de mudanças de paradigmas e sentidos conflitantes tende a produzir obras literárias muito diversas: as de significado simples, unívoco, facilmente legíveis, e obras que se oferecem como reflexão e questionamento. Estas últimas solicitam mais do que nunca o diálogo com a crítica, que ajudará os leitores a refletir sobre as questões levantadas e a atentar para a maneira como elas são formuladas. Ser crítico literário, no século XXI, é escolher entre a simples informação e a formação permanente de bons leitores. (Perrone-Moisés, 2017, p. 68)

Se, de maneira geral, para o mercado interessa o aumento significativo do número de leitores (aumento quantitativo), para todas as outras instâncias literárias, incluindo nelas a autoria, é mais relevante que tenhamos um aumento qualitativo do número de leitores, pessoas que sejam capazes de apreciar uma narrativa através de um viés mais crítico e abrangente. Nesse contexto, poderíamos diferenciar, de uma forma muito generalizada, o trabalho dos *booktubers* e da crítica levando em consideração a atuação deles em relação aos leitores: enquanto os *booktubers* realizam um trabalho de leitura e recomendação de uma obra, divulgando-a, o crítico seria a pessoa instrumentalizada para desdobrá-la, ultrapassando, por muitas vezes, a questão do gosto para inseri-la em um debate ampliado.

Logicamente, essa formulação é pautada em uma generalização, e certamente sempre teremos exemplos para contradizê-la. Podemos, dentre os abundantes canais

que tratam sobre literatura na plataforma *Youtube*, encontrar *booktubers* (ou blogueiros em sites dedicados à análise de livros) que consigam interagir com seus espectadores e leitores através de comentários, gerando reflexões mais críticas sobre uma obra. Ainda que esse aprofundamento ocorra de forma espontânea (advindo da interação entre os atores em diálogo) ele também pode ser profícuo e certamente benéfico na questão da formação do leitor crítico, mas a intenção, de maneira geral, parece ser mais de uma comunicação de impressões despertadas pela leitura da obra (“Eu gostei muito desse livro porque...”/ “essa parte que vou ler aqui achei bem interessante porque...”), além de explicações sobre a edição do livro (capa, encadernação, entre outros) e sobre o autor da obra abordada do que propriamente suscitar o levantamento de tópicos de discussão que nem sempre estão à superfície em uma primeira leitura. Por muitas vezes, os comentaristas dessas postagens também assumem a posição de somente opinar sobre o livro, com comentários do gênero “Também amei esse livro!...” / “Eu não gostei, tentei ler, mas larguei na metade...”, é pouco frequente o desdobramento para além do opinativo.

É sempre prudente ressaltar que opinião é diferente de análise, mas, no contexto das mídias digitais, a opinião pode ser muitas vezes confundida com ela, o que pode ser agravado pelo fato dessa opinião ter maior alcance. Então, por muitas vezes, o espectador/leitor pode entender como análise a opinião sobre uma obra, ou pode não pensar em desdobrar a opinião em uma análise mais ampla. Esse fenômeno, juntamente com a formação desse público mais específico dentro da literatura, encapsulado por opiniões presentes em redes sociais e ofertas de livros baseados em rastreamento de acessos (mecanismo tecnológico explicado no capítulo 2), nos leva a refletir sobre a questão do binômio qualidade x quantidade na expansão do público leitor na contemporaneidade. Mario Vargas Llosa, em *A civilização do espetáculo*, pondera sobre os efeitos da ausência ou diminuição da valorização do discurso da crítica nos tempos atuais:

O vazio deixado pelo desaparecimento da crítica possibilitou que, insensivelmente, a publicidade o preenchesse e se transformasse atualmente não só em parte constitutiva da vida cultural, como também em seu vetor determinante. A publicidade exerce influência decisiva sobre os gostos, a sensibilidade, a imaginação e os costumes. A função antes desempenhada, nesse âmbito, por sistemas filosóficos, crenças religiosas, ideologias e

doutrinas, bem como por aqueles mentores que na França eram conhecidos como os mandarins de uma época, hoje é exercida pelos anônimos “diretores de criação” das agências publicitárias. De certa forma era obrigatório que isso ocorresse a partir do momento em que a obra literária e artística passou a ser considerada um produto comercial, cuja sobrevivência ou extinção estaria em jogo nos vaivéns do mercado e nada mais, num período trágico em que o *preço* passou a se confundir com o *valor* de uma obra de arte. Quando uma cultura relega o exercício de pensar ao desvão das coisas fora de moda e substitui ideias por imagens, os produtos literários e artísticos são promovidos, aceitos ou rejeitados pelas técnicas publicitárias e pelos reflexos condicionados de um público que carece de defesas intelectuais e sensíveis para detectar os contrabandos e as extorsões de que é vítima. (Vargas Llosa, 2012, p.34)

Podemos sempre apontar que o público retratado no trecho destacado está sendo colocado de forma generalizada, que temos nuances e todos os tipos de relação entre leitores, autores e obras possíveis, e nem todas passariam necessariamente pela obrigatoriedade da atuação mediadora do crítico. No entanto, vale ressaltar o aspecto trazido por Vargas Llosa no que se refere à questão da confusão entre valor e preço, deslocando-a para o ambiente virtual: para além do preço, vale quantos seguidores o autor em questão tem, o quanto de visibilidade ele consegue em redes sociais, o quanto ele é comentado não somente em seus perfis, como também nos perfis daqueles que co-protagonizam esse processo: os leitores. O valor, o preço e o “like” passam a ser valores intrinsecamente ligados e, por muitas vezes, confundidos; assim como podemos encontrar confusões entre análise crítica, opinião e publicidade. Se aparece para mim (seja por recomendação de um site de venda de livros, seja por recomendação de outros leitores, seja porque tenho acesso ao autor em redes sociais) é porque tem qualidade, sendo a visibilidade, dentro desse contexto, um indicador essencial dela.

Não é recente a relação (e o possível equívoco que podemos fazer) entre visibilidade do autor, da obra e a qualidade dela, ela já era existente, como apontamos no primeiro capítulo, com a ascensão do autor celebridade, no século XIX. Com as novas tecnologias, podemos sugerir algumas transformações ocorridas na nossa época: o impulsionamento, obviamente, do poder de alcance dessa visibilidade, além da participação mais ativa dos leitores nesse processo de construção de seus mecanismos. É salutar nesse âmbito, portanto, que a crítica (além de outros profissionais que trabalham com a literatura) ressalte as diferenças entre uma e outra para o público, para que este se torne mais instrumentalizado para fazer suas escolhas.

Vale a pena, nesse ponto, fazer algumas ressalvas. A primeira delas é que a publicação no ambiente virtual de análises e/ou opiniões sobre uma obra não é um problema em si no que se refere ao suporte, mas sim no conteúdo apresentado; como a internet é um ambiente plural, há uma grande diversidade de publicações, de qualificações variadas. Essa informação nos leva a um segundo ponto, que também devemos ressaltar: há trabalhos de leitores críticos com ótima qualidade, assim como também encontramos trabalhos de crítica literária que não contribuem para aprofundar uma leitura crítica. Não estamos falando de casos particulares aqui, mas sim de forma geral. Como afirma Leyla Perrone-Moisés:

A internet possibilitou o aparecimento de milhares de novos leitores críticos, de competência variada, em sites ou blogs. O problema da crítica na internet é o mesmo da produção literária virtual: sua criação espontânea e seu acesso desprovido de qualquer filtro de qualidade. Enquanto a obra literária impressa tem como garantia mínima o International Standard Book Number (ISBN), que prova ter ela sido aceita por algum editor, e a crítica literária impressa tem o aval de uma revista ou jornal, as obras e os comentários apenas virtuais não têm chancela alguma de qualidade, podendo variar do ótimo ao péssimo. Cair num tipo ou no outro depende da sorte do internauta. (Perrone-Moisés, 2017, p.68)

Com o enfraquecimento de uma crítica literária que leve o leitor à especulações mais persecutórias sobre uma obra, para além dos limites do gosto, o leitor pode acabar restringindo-se ao que assiste ou sendo influenciado pela opinião dos outros, do que está sendo continuamente exposto (com uma frequência de atualização tão grande que, às vezes, torna-se difícil acompanhar; a velocidade com a qual a informação surge também é outro fator que dificulta o aprofundamento das discussões) sem nenhum parâmetro que garanta qualidade.

Por muitas vezes, o que podemos encontrar é uma avaliação que leva em consideração muita mais a questão subjetiva, apresentada de maneira informal, o “espontaneísmo”. Nesse contexto, o valor de um autor ou de uma obra pode ser facilmente confundível com a quantidade de visualizações ou curtidas conseguidas no ambiente das redes sociais, tanto nas páginas do próprio autor quanto no número de vezes que ele é mencionado em rede social.

Entretanto, ao refletirmos sobre a crítica literária, faz-se necessário levar em consideração a apreciação de teóricos que têm repensado o papel dela no contexto da

contemporaneidade, como, por exemplo, Tzvetan Todorov, em *A Literatura em Perigo*. Nessa obra, Todorov aponta para uma das possíveis causas para o declínio do interesse por parte do público, especialmente o jovem, com relação à literatura. Para além da expansão das tecnologias que permitem a facilitação do consumo de produtos da chamada “indústria do entretenimento”, ele afirma que o afastamento entre público leitor e literatura acontece como consequência da distância entre a literatura e o mundo. Em outras palavras: a partir do momento em que tanto a crítica literária quanto a escola se posicionaram no intuito de esmiuçar procedimentos metodológicos em detrimento do texto, da relação dele com seu contexto social, histórico, entre outros; a literatura começa a perder sentido para seus leitores, que passaram entender o campo de estudos literários muito mais como um espaço de discussão dos procedimentos formais da obra do que do próprio enredo (e seus desdobramentos) em si. Ele ressalta em seu ensaio a necessidade de não se verificar somente os procedimentos metodológicos, como também os possíveis diálogos com os outros campos que possivelmente podem expandir a experiência de leitura:

Num relatório estabelecido pela Associação dos Professores de Letras, podemos ler: “O estudo de Letras implica o estudo do homem, sua relação consigo mesmo e com o mundo, e sua relação com os outros.” Mais exatamente, o estudo da obra remete a círculos concêntricos cada vez mais amplos: o dos outros escritos do mesmo autor, o da literatura nacional, o da literatura mundial; mas seu contexto final, o mais importante de todos, nos é efetivamente dado pela própria existência humana. Todas as grandes obras, qualquer que seja sua origem, demandam uma reflexão dessa dimensão. (Todorov, 2009, p.90)

Assim, se por um lado podemos ponderar que, para a formação de um leitor com uma visão mais crítica e ampliada de uma obra os comentários feitos em redes sociais não bastam, de acordo com Todorov também não basta uma crítica que também só se propõe a fazer análises metodológicas, que considera uma obra algo a ser analisado de forma hermética, separado de suas relações com outros campos e seus potenciais desdobramentos.

A distância entre a obra e o mundo (possibilitada pela crítica e pelos estudos literários), em última análise, contribuiria de forma significativa para a distância entre o leitor e a obra, e é nessa lacuna (distância entre leitor e obra) que podemos encontrar,

talvez, uma das explicações para o sucesso dos influenciadores digitais de literatura em redes sociais: partindo de uma atmosfera “informal”, eles se propõem a discutir com o seu público as questões subjetivas trazidas pela leitura da obra, quebrando com a perspectiva mais formal de análise literária, criando espaço para um outro tipo de análise, mais opinativa. Possivelmente esse tipo de análise, circunscrita à opinião, não é aquela que Todorov resente a ausência, mas ao criticar a ênfase dada aos procedimentos metodológicos em detrimento das relações da obra com outros campos, ele nos aponta as possíveis ausências dialógicas da crítica nos últimos tempos, cujo espaço pode estar sendo preenchido, no campo virtual, por outros atores e outras propostas.

As transformações necessárias no campo da crítica literária também são apontadas por Eneida Maria de Souza, em artigo publicado no jornal *Suplemento Pernambuco*, em julho de 2018. Em *Crítica literária e formas massivas de acessar literatura*²⁰¹, através da exposição do curioso caso do lançamento do lenço da marca francesa Hermès “Roland Barthes – Fragmentos do discurso amoroso”²⁰², a autora reafirma a necessidade de se pensar em uma crítica que não fique circunscrita à literatura de forma hermética, mas sim uma crítica que possibilite o dialogismo com outros campos, com outras possibilidades de leitura.

Parece-nos relevante refletir, de acordo com os apontamentos de Eneida Maria Cunha em seu artigo, que o desdobramento da chamada “crise da crítica” está para além de uma crise de perda de prestígio ou da perda de um público que tome como base para suas opiniões, além, também, de uma questão de suporte (papel x suportes digitais): assim, poderíamos pensar que ela está também relacionada com o tipo de crítica que esteja mais adequada para as últimas transformações do campo literário. Qual seria o caminho a tomar: o da reafirmação da autonomia do campo

²⁰¹ Para saber mais: <https://suplementopernambuco.com.br/artigos/2114-crítica-literária-e-formas-massivas-de-acessar-literatura.html>. Acessado em: 07/04/2019, 15:40h

²⁰² Eneida Maria de Souza começa seu artigo explicando o lançamento do lenço da marca Hermès na época das comemorações de centenário de Roland Barthes na França. Hermès, uma marca voltada para o alto consumo, lançou um lenço, segundo a autora, ‘ornamentado por pequenos quadros e remetendo tanto à ideia de texto como de fragmento’. Ela prossegue, em seu texto, desdobrando as possibilidades de discussão desse episódio, afirmando que “a homenagem confirma a generosidade do escritor para as demais manifestações que não se circunscrevem à autonomia da literatura, uma forma de alertar para o aspecto impuro e múltiplo da maioria dos discursos”.

literário ou o da ponderação sobre os possíveis “deslizamentos” que podemos encontrar nas últimas duas décadas, causados, entre inúmeros fatores, pelas novas formas de comunicação possibilitadas pelo ambiente digital? Não faz parte da ideia desse trabalho debater em profundidade a questão, chegando a uma resposta definitiva para uma questão tão abrangente, mas sim pontuá-la para que possamos correlacioná-la com a autoria contemporânea, que é o nosso ponto de investigação.

Portanto, se temos de uma lado a ideia de crítica embasada na autonomia da literatura, voltada somente para os procedimentos literários, por outro encontramos aqueles que apontam a necessidade de se pensar uma crítica que esteja além de meramente enunciar esses procedimentos, uma vez que tanto o papel do autor quanto o do leitor sofreram modificações no campo cultural. Como afirma Eneida Maria de Souza, sobre a experiência do “lenço barthesiano”:

O fetichismo de mercado é responsável pela sensação ilusória de posse do produto, à medida que a compra do lenço significaria a conquista de um bem cultural (leio Barthes por meio do tecido de seda que envolve o meu corpo, posso ter uma experiência sensível com a crítica e não mais encará-la como afastamento do cotidiano e da recepção individual de cada um). Não seria esta uma das saídas também esperadas para que se entenda a possibilidade de ser a literatura usufruída de outras maneiras, por comunidades distintas, sem que se privilegie esta ou aquela interpretação? Embora pareça temerária a alguns a aceitação do papel da mídia e do consumo como mediadores da aproximação do público leigo com a crítica, seria ainda desejável incentivar o diálogo entre núcleos heterogêneos de leitores, a fim de obter, por essa razão, respostas que não sejam unívocas. (Souza, 2018, s.p.)

Uma das problematizações mais recorrentes com relação ao papel da crítica trazida no trecho acima é o do afastamento do cotidiano, mencionada não somente pela autora, mas também previamente por Todorov, um cotidiano profundamente modificado pelas novas relações consequentes das novas tecnologias de mídia. A partir do momento que encontramos, no nosso cotidiano, o autor em redes sociais, consumindo, de certa forma, aquilo que ele publica; assim que encontramos o leitor que também consumiu aquele autor, levando em consideração sua leitura e sua opinião em um segundo momento, podemos ponderar que esse consumo (tão instantâneo, tão fácil porque continuamente disponibilizado), cria a sensação de um senso de proximidade com o nosso próprio cotidiano, um efeito que muitas vezes a crítica não

consegue obter. É reafirmada a sensação do “gente como a gente”, fazendo e discutindo a literatura, algo que a crítica, ao reafirmar o enfoque nos procedimentos literários, não tem conseguido fazer.

Além do papel das novas tecnologias, o trecho também problematiza a o papel da mídia, não somente a digital, como também a tradicional. As novas formas de interpretar (e usufruir) a literatura, nesse contexto midiático, por muitas vezes não restritas somente ao papel, vão ganhando força em tempos contemporâneos, como nos mostraram os casos analisados nos capítulos anteriores. Dessa forma, é necessário retomar, nesse ponto, um exemplo já mostrado anteriormente, o da conversação dos leitores do clube de leitura “TAG – experiências literárias” sobre as novidades que eles gostariam de ver na revista.

Esse clube de leitura, que possui uma forte presença na mídia digital, com publicações e propagandas presentes tanto no *Facebook* quanto no *Instagram*²⁰³, tem como proposta uma leitura para além da decodificação e interpretação da obra – ele propõe que a leitura deve ser “expandida” através dos textos da revista e da discussão dentro do seu próprio aplicativo, assim como a fruição de brindes²⁰⁴ que são relacionados com a obra. É interessante notar como o leitor que vive essa experiência “expandida” ainda resente a falta de alguém especializado para comentar a obra, no entanto, a ausência que ele resente provavelmente não é de alguém que faça somente apontamentos sobre os procedimentos metodológicos, e sim de alguém que possua um conhecimento mais específico de literatura, mas que continue essa experiência de “expansão”, na qual ele já está submerso, alguém capaz de dialogar com essa experiência, tomando-a por base para desdobrá-la, alguém que tenha a visão da literatura enquanto *experiência* – palavra que parece ganhar importância, junto com a já mencionada *visibilidade*, nos tempos atuais.

²⁰³ No *Facebook*, aferimos a quantidade de 1.106.395 seguidores, no *Instagram*, o clube possui 391 mil seguidores. Dados de 16/05/2019.

²⁰⁴ Um exemplo interessante que ilustra a “experiência literária” é o envio do livro *O alforje*, de Bahiyyih Nakhjavani, em fevereiro de 2018, indicado por Alberto Manguel. O enredo é ambientado em um deserto árabe, e em uma cena encontramos uma descrição “sensorial” bastante detalhada acerca de uma personagem (a noiva), especialmente olfativa. O brinde era um aromatizador com um vidro de perfume que evocava o mesmo cheiro da cena – flor de laranjeira – e que, segundo as instruções que vieram anexas ao brinde, deveria ser aberto somente quando o leitor chegasse na página da referida cena.

Faz-se necessário, portanto, que aqueles que desejam ocupar esse espaço (que existe), entendam os novos mecanismos de visibilidade propostos pelos autores, pelos leitores e, acima disso, pelo próprio mercado, além das modificações já existentes na natureza de fruição de uma obra, para que consigam fazer parte nesse diálogo polifônico, conseqüente, de certa forma, das últimas transformações geradas pelas novas tecnologias de mídia.

4.2.

Os autores, a crítica, os leitores e as transformações de mídia

Em entrevista dada à revista *Época* em 2013, o escritor norte-americano Jonathan Franzen, apontado por muitos críticos como um dos grandes nomes da literatura contemporânea, problematiza o impacto das novas tecnologias, como o celular, por exemplo, na formação do novo público leitor, além de refletir sobre o papel dos autores diante desse panorama. Em entrevista intitulada “A tecnologia não cura a angústia”²⁰⁵, ele discorre sobre temas como novas tecnologias e a compulsão por elas, o lugar do romance na cultura contemporânea, o papel do autor em relação à acessibilidade da obra, entre outros.

Franzen ressalta a perda do lugar da leitura de romances entre as preferências das novas gerações, entre os novos leitores, e a fascinação deles com as novas tecnologias. Segundo o autor, existe uma crença, especialmente por parte do público mais jovem, de que a tecnologia poderia resolver os problemas da existência humana. Nesses tempos de “conformismo”, a tarefa do artista deveria ser a de denunciá-lo, causando um incômodo:

ÉPOCA – Uma das marcas de sua obra é a fé no romance. O senhor realmente acha que é possível escrever grandes romances sem parecer fora de moda?

Jonathan Franzen – Sou daqueles caras que acreditam no romance como texto fundamental da cultura. Vivo às voltas com o sofrimento e os dilemas derivados da elaboração de uma história que atinja o leitor. Gostaria de crer que um romance pode mudar o mundo, mas sei que não é assim. Ainda assim, escrevo para que o maior número

²⁰⁵ Para fins de pesquisa, destacamos as partes mais relevantes relacionadas ao nosso tema. A entrevista na íntegra encontra-se disponível no seguinte link: <http://revistaepoca.globo.com/Mente-aberta/noticia/2012/07/tecnologia-nao-cura-angustia.html>. Acesso em 19/05/2019, 11:25.

de pessoas leia minhas histórias. Hoje, as que leem e gostam de romance e se importam com ficção não passam de 1% da população. Elas formam meu público. Isso significa que a grande maioria não quer saber de ficção, porque não precisa dela. Pergunte ao Bill Gates se ele lê romances. Vai responder que não. É fácil para um sujeito de 52 anos, como eu, se envolver com obras de ficção. Os mais jovens não querem mais saber disso.

ÉPOCA – O senhor tem escrito manifestos contra o excesso de tecnologia. Ela tem afastado os jovens da leitura?

Franzen – Milito há 22 anos pela preservação do romance. Nesse meio-tempo, os jovens passaram por alterações de comportamento. Agora, estão fascinados pela tecnologia, como se ela cumprisse todas as promessas de realização pessoal. A tecnologia não cura a angústia. Não resolve os problemas fundamentais do ser humano. Os jovens são contaminados pela imagem do mundo mostrada pelos comerciais, pelos canais de televisão. Mas essa imagem não combina com o mundo real. Obviamente, existe um bom número de pessoas que não acreditam em tudo o que veem e buscam a resposta para questões mais complicadas. São essas que curtem literatura.

O escritor ainda vai além ao discorrer sobre a necessidade de visibilidade que um autor pode encontrar nos tempos atuais, onde é preciso, como explicamos no primeiro capítulo, aparecer constantemente para fidelizar e ampliar seu número de leitores:

ÉPOCA – Como então seduzir as pessoas para algo tão antiquado quanto a leitura?

Franzen – O escritor precisa despertar o interesse do leitor com uma história original e de compreensão fácil. Não adianta querer fazer malabarismo experimental que o leitor vai fugir. Ninguém mais tem paciência para jogos de linguagem como os de James Joyce. Quero ser legível. O mercado de livros é competitivo. O desafio é alcançar ao mesmo tempo a relevância artística e a adesão do leitor. Como escrever ficção e ser verdadeiro? Eis aí o paradoxo. Infelizmente, no mundo de hoje, se você não vende, não alcança repercussão. Se não fosse a revista Time ter elogiado meus livros, eu certamente não teria feito sucesso.

Nesse trecho, podemos destacar sua posição em defesa de uma literatura mais acessível ao leitor, afastada do experimentalismo, mais “próxima” do leitor não-especializado. É interessante notar que seu contemporâneo David Foster Wallace, considerado pelos críticos junto com Franzen como o outro grande nome da literatura norte-americana contemporânea, defendia a posição oposta, reafirmando o experimentalismo e a necessidade de confrontar o leitor com o inusitado.

Um dos questionamentos que Franzen faz é sobre o paradoxo que os autores parecem enfrentar nos tempos atuais: enquanto ainda precisam ambicionar serem capazes de criar obras relevantes, que atendam aos critérios de qualidade artística, eles também precisam concomitantemente lidar com as expectativas com relação à

recepção do público leitor, cada vez mais heterogêneo e exposto à multiplicidade de experiências culturais. Ele reitera nosso pressuposto de que a visibilidade é um fator crucial no campo de forças que atuam sobre a literatura contemporânea ao afirmar que a repercussão hoje em dia está atrelada ao quanto um autor consegue vender (cada vez mais, como vimos até aqui, esse fator não se encontra sozinho para o estabelecimento dos parâmetros de visibilidade: a força da presença em redes sociais também deve ser levado em consideração, como até aqui demonstramos, e o número de vendas de uma obra ou quanto um autor consegue vender também está presente nelas, ainda que, por muitas vezes, de forma indireta²⁰⁶). É de fato importante ressaltar que a visibilidade sempre foi um fator de importância, como nos lembra Pierre Bourdieu em *As regras da arte*, mas é certo que as transformações advindas das possibilidades das novas mídias reconfigurou sua importância, não somente em números, como a possibilidade do alcance de milhões, como também no envolvimento dos atores que participam desse processo de criação e divulgação dos mecanismos que tornam um autor e um obra visíveis, como vimos nos capítulos anteriores.

Outro ponto interessante a ser destacado do último trecho é a reafirmação da importância da mídia tradicional (no caso de Franzen, provavelmente o crítico de literatura da revista Time) sobre a visibilidade do autor. Ainda que a mídia digital esteja ampliando sua relevância dentro dos mecanismos de visibilidade dos autores, a mídia tradicional e a atuação dos críticos literários nela ainda são parâmetros a serem levados em consideração dentro desse processo. É fato que, no caso brasileiro, recentemente houve a diminuição dos espaços de publicação para a crítica literária e de textos mais formais que tratam sobre literatura, com a descontinuidade de vários periódicos ou cadernos de jornais de alcance nacional onde elas eram veiculadas, mas a sobrevivência de publicações como *Rascunho* e *Suplemento Pernambuco* nos aponta que ainda há lugares possíveis para este tipo de texto, ainda que tenha sido notoriamente reduzido.

²⁰⁶ Quanto mais um autor “aparece” em redes sociais, tornando-se mais comentado, maior será a chance de aumentar o seu número de vendas, quanto mais conseguir vender, mais será comentado, tornando-se ainda mais visível, ainda que os números de venda sejam raramente mencionados em publicações virtuais. É um “efeito cíclico” bastante interessante, onde observamos diretamente a relação entre visibilidade e mercado. Geralmente a referência com relação ao quanto o autor já conseguiu vender é feita utilizando expressões do senso comum como “Esse autor já é muito conhecido, já vendeu muitos livros”, “Esse autor é um best-seller”, “Esse foi um livro muito vendido nesse ano”, etc.

Diante desse cenário de diversas demandas, onde podemos citar a necessidade de criar obras que atendam aos parâmetros de excelência artística, ao mesmo tempo que consigam atrair a atenção dos leitores, da mídia e da crítica, poderíamos inferir que o autor contemporâneo poderia ser um refém dos outros atores do campo, estando subordinado à vários interesses alheios aos processos de escrita. Essa afirmação pode ser parcialmente verdadeira, pois, de certa forma, os autores contemporâneos precisam estar atentos às múltiplas forças que atuam no processo literário, no entanto, nos parece mais plausível pensar que essa relação por muitas vezes acontece muito mais como um dialogismo entre os atores do que propriamente uma situação de subordinação entre eles. Se, por um lado, o autor precisa ponderar e mediar essas relações, por outro, de acordo com Wander Melo Miranda, no artigo *A crítica literária e as atuais relações de leitura e escrita*²⁰⁷, publicado no *Suplemento Pernambuco*, ele possui maior liberdade em relação aos parâmetros de escrita, que anteriormente eram estabelecidos pelos críticos literários:

A legitimidade do texto, antes resultado do julgamento crítico segundo parâmetros compartilhados por uma comunidade específica, passa a depender prioritariamente da capacidade de atender à flutuação convergente do gosto, da mídia e do mercado. À primeira vista pode parecer que o valor – literário ou artístico – esteja atrelado a uma camisa de força ou ao beco sem saída de uma imposição mercadológica, mas a mobilidade incessante desse sistema torna qualquer avaliação que não leve em conta esses dados de certa forma destinada ao fracasso.

Num espaço assim configurado, a margem de manobra do escritor é, ao contrário, maior do que antes, pois está aberta ao inespecífico que, de certa maneira, passa a compor a equação, que só na aparência é paradoxal: quanto mais de acordo com o horizonte de expectativa – em constante transformação –, maior a liberdade de circulação do texto, agora aberto, além do mais, à sua inscrição nos meios digitais. A salutar anomia aí vigente desfaz de uma vez por todas a posição antes fixa de autoria, instaurando novas possibilidades de criação artística de uma comunidade heterogênea e aleatória de autores e leitores. (Melo Miranda, s.d., s.p.)

Portanto, se anteriormente os autores tinham que lidar com a mediação da crítica e sua influência na formação do público leitor e na projeção/ venda da obra, com as transformações consequentes do desenvolvimento das novas tecnologias de mídias ele

²⁰⁷ Para ler o texto na íntegra, acessar o link <http://www.suplementopernambuco.com.br/edições-antiores/77-capa/2113-a-crítica-literária-e-as-atuais-relações-de-leitura-e-escrita.html>. Acessado em: 25/05/2019, 12: 23h.

poderá encontrar novos espaços, uma vez que a mediação com os leitores encontra-se pulverizada, sendo dividida entre críticos, ensaístas em mídias tradicionais, leitores em redes sociais, publicações do próprio mercado editorial, festividades literárias, etc. Das múltiplas possibilidades de apreciação nasce, de certa forma, sua maior possibilidade de circulação, que antes poderia ficar circunscrita à círculos herméticos de leitores.

Aqui, cabe novamente a ressalva de que o trabalho da crítica deve passar por reformulações para que atendam às demandas do contemporâneo. Em recente artigo do jornal *Rascunho*, intitulado *Irrelevância da Crítica Literária*, o escritor Nelson de Oliveira compara a crítica a um “cavalo disfarçado de unicórnio”, apontando as lacunas de informações que potencialmente um texto crítico, feito nos moldes tradicionais, pode ter: além da pluralidade de lançamentos literários levando em consideração o contexto mundial, o que seria uma tarefa humanamente impossível de acompanhar, analisar e elaborar em textos escritos por uma pessoa só, dados como relevância de uma obra em seu contexto sociocultural, relevância de uma obra no contexto mundial (levando em consideração diferentes culturas), a historiografia de edições de uma obra (em casos de relançamento) e as diferenças entre edições, bem como os acertos e problemas das traduções de diferentes línguas são tópicos demasiado abrangentes para que um único profissional desse conta. Levando em consideração a impossibilidade de entender em profundidade diferentes culturas e contextos, no texto do crítico sempre encontraríamos uma “lacuna”, a não ser que ele fosse, de fato, alguém especializado para explorar um determinado assunto de uma obra. Ele afirma que os “críticos literários, quando escrevem, fingem manusear uma soma de informações que eles não possuem”:

Mais tarde, se o mesmo crítico decidisse criticar um romance de um jovem escritor russo ou indiano, que acabam de ser lançados no Brasil, o método teria de ser o mesmo: seria preciso consultar o texto original e o contexto original, pra criticar a tradução brasileira. Seria preciso conhecer bem a literatura russa ou indiana. Seria preciso conhecer também a literatura mundial, pra poder comparar a realização do jovem romancista chinês ou indiano com a realização dos outros romancistas do planeta, de todas as épocas. (Oliveira, 2018, p.19)

Oliveira ainda vai além ao afirmar, de maneira sarcástica, que o levantamento e o cruzamento desses dados serão feitos, muito em breve, pela inteligência artificial,

muito melhor em processar essa quantidade (quase infinita) de dados. Ele defende um texto crítico com menos métodos, mais parecido com a crônica, “que não finja uma rigorosa objetividade”.

Nos tempos atuais, podemos encontrar a literatura em lugares que antes ela não estaria presente, tempos que possibilitam a criação de narrativas virtuais²⁰⁸ e narrativas em múltiplos suportes; é diante desses tempos, onde os autores e leitores repensaram e reconfiguraram suas posições dentro do campo de forças literário, que encontramos a “crise” da instância crítica. Para quem ela tem falado? Quem é o seu público hoje em dia? Enquanto a literatura manteve-se hermética, atrelada aos valores modernos, o crítico encontrava seu espaço na tentativa de trazer a literatura para perto do público. Atualmente, quando o caminho trilhado por (vários) autores parece ser o de tentar aproximar a literatura do público (como podemos observar no trecho citado anteriormente do escritor Jonathan Franzen), que espaço sobrar para os críticos?

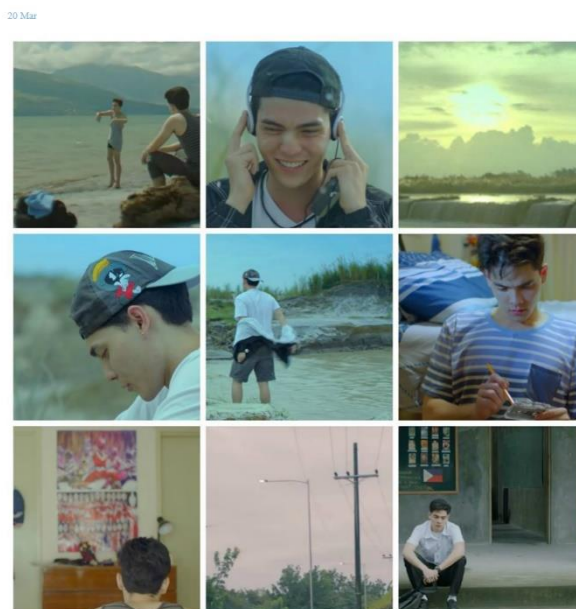


Figura 31- Exemplo de narrativa construída na plataforma Instagram.

²⁰⁸ Aqui, podemos apontar alguns experimentalismos como a tentativa de criação de narrativas através da plataforma Instagram: <https://instafiction.tumblr.com/> (ver figura 29), onde os autores contam uma breve história através da seleção de imagens ou o livro que reúne as publicações do autor Fabrício Carpinejar em seu twitter, cujo o título é o seu próprio endereço na plataforma (www.twitter.com/carpinejar).

Questionamentos como os que foram apresentados anteriormente mostram a necessidade de transformação do campo crítico que, de alguma forma, já tem ocorrido, de acordo com o artigo *Retratos do Campo da Crítica Literária Brasileira Contemporânea*, de Jefferson Neves e Rachel Lima:

Os movimentos textuais que têm se efetivado nas análises dos críticos e flexibilizando a maneira como conduzem suas produções, num gesto de sobrevivência ao presente, foram viabilizados pela ausência de estrutura fixa do gênero que frequentemente manipulam, isto é, o ensaio. Rachel Esteves Lima (1995) há tempos nos fez um alerta ao atestar que o traço aberto, transitório, em suspensão do gênero, possibilita experimentações na crítica, o entrelaçamento entre momentos narrativos e reflexão teórica. (Neves e Lima, 2018, p. 257)

Nesse contexto de experimentações por parte de autores e leitores, devemos levar em consideração, portanto, o fato de que os outros atores do campo também tentam realizar algo que era mais ligado ao trabalho do crítico. Como já mostramos, os leitores, em especial os influenciadores digitais, tentam assumir essa posição através, na maioria dos casos, da exposição opinativa, uma exposição pautada pelo “espontaneísmo”, mas que, por muitas vezes, vêm com um link para compra patrocinada (no site da *Amazon*, na maioria dos casos estudados).

Outra participação que pode ocorrer é a do próprio autor. Uma vez que ele, por muitas vezes, responde por suas publicações, principalmente no ambiente virtual, nada o impede de tecer um ou outro comentário (como uma postagem no *Facebook*, por exemplo) crítico sobre a própria obra. Logicamente, podemos questionar que tipo de distância ele teria para realizar tal ação, mas por muitas vezes o que pode acontecer é justamente o contrário: se é ele, o autor da obra, que está afirmando ou trazendo algum tipo de discussão crítica/teórica sobre ela, quem serão os outros perante sua autoridade? Ao abordar sua obra de forma crítica, estaria o autor reafirmando sua posição de “pai do texto”?

Parece-nos que esse é um dos questionamentos que Thiago Blumenthal e Glória Carneiro do Amaral querem levantar ao realizar a análise das publicações em redes sociais e entrevistas do diretor Kleber Mendonça Filho, por ocasião do filme

*Aquarius*²⁰⁹. Ao observar vários trechos de material publicado, por muitas vezes, pelo próprio diretor, eles sugerem que este, através de suas publicações, pode sugerir ou direcionar algumas possíveis interpretações da obra, atuando como um crítico, e que “Mendonça usou suas palavras sobre o filme para colocar-se à frente, ou ao lado pelo menos, de seu espectador”:

Sintomático, contudo, é o próprio artista falando de sua própria obra. Como autor, fica complicado tirar-lhe a legitimidade de seu discurso e de sua argumentação. Fui eu que escrevi isso aqui, oras. Mais: o artista tem a chancela da imprensa, que replica e repercute tudo o que diz, de modo a orientar o próprio olhar do espectador para onde bem entender (ou leitor, ou telespectador, ou o que quer que seja).

Faz parte do jogo, evidente. Só pondero que há nesse circuito o risco de empobrecer tanto a própria obra quanto o próprio fazer crítico: a obra demanda explicação, como a piada mal contada, e a crítica dispensa, por assim dizer, o especialista, pois se é o autor quem diz, poxa, quem poderá contradizê-lo? A crítica assim se encontra contra a parede. As redes sociais parecem ter exponenciado esse processo, uma vez que é lá que os autores ganham voz e podem falar de suas próprias obras, e compartilhar também os links que bem lhe cabem compartilhar a seus seguidores. (Blumenthal e Carneiro do Amaral, 2018, p.57)

Resta-nos, partindo do trecho anterior, indagarmos novamente sobre a questão da distância para empreender uma análise de obra. Levando-a em consideração, é necessário ressaltar que o autor pode tecer comentários em relação à sua obra, e isso em si não constitui um problema, o fundamental é entendermos que esse possível comentário não deveria substituir a análise crítica, pois por muitas vezes é difícil manter um certo distanciamento crítico para analisar a própria obra.

Um autor muito conhecido, “curtido” e muito vendido não garante a qualidade literária de suas obras. Uma categoria não exclui a outra (um autor que escreve obras literariamente significativas pode ser muito vendido e muito conhecido) e não nos interessa, pelo menos nesse trabalho, discutir os possíveis parâmetros do que constitui a qualidade de uma obra literária, ou quem propõe esses parâmetros. A possibilidade de uma análise crítica, preferencialmente mais desprendida dos valores da modernidade, do anacronismo; e mais próxima das experiências contemporâneas, pode

²⁰⁹ O artigo utilizado, “A ascensão do leitor e a angústia do artista”, faz parte de um e-book disponibilizado pela Abralic – “A crítica literária contemporânea e seu lugar no debate público de ideias”, organização de Christiano Aguiar, Eduardo Cesar Maia e Fábio Andrade. Acesso em 30/05/2019, 20:12h.

nos apontar, por exemplo, para obras e autores ainda pouco conhecidos no mercado, com menos espaço midiático. Pode, ainda, ampliar a leitura de alguma obra já bastante conhecida no mercado, sob um novo viés.

Em tempos de transformações, a demanda é que ela acompanhe a fluidez dos fluxos, dos suportes, dos gêneros do contemporâneo e de suas instâncias. A crítica contemporânea não precisa lamentar a perda de um papel que por inúmeras razões já não lhe cabe mais, e sim considerar a exploração de novas possibilidades, além de debater democraticamente com outras possíveis interpretações, de outros leitores.

4.3. E agora, José?²¹⁰

Faz-se necessário, de acordo com os fatos expostos anteriormente, que a crítica literária esteja mais receptiva às mudanças ocasionadas pelas novas mídias, o que não significa, com isso, que ela seja uma atividade “condenada à extinção”. O que tem perdido potência com a reconfiguração dos papéis tanto da autoria quanto do leitor é uma determinada forma de crítica literária, herdeira direta dos valores da modernidade. Com a instabilidade de alguns desses valores, citados pela pesquisadora Vera Lúcia Follain de Figueiredo em *O mal-estar da crítica: diluição das esferas de competência e uso*, como o fim da ideia de obra de arte “fechada, terminada”, “da recusa contundente dos universais, do declínio dos grandes sonhos de emancipação do homem e da própria vocação democrática da modernidade para se contrapor às distinções, as compartimentalizações de competências que ela mesma estabeleceu”. (Figueiredo, 2017, p.319), seria um caminho natural, e até mesmo previsível, que a crítica não pudesse permanecer nos mesmos moldes anteriores.

A hiper valorização da opinião nos tempos atuais, inclusive, é um fator que pode, paradoxalmente, criar o espaço de permanência do pensamento crítico, uma vez que a publicação da opinião tem, conforme já mencionamos, agido no sentido de ampliar a divulgação da obra, restringindo-se a essa atividade, sem o intuito, na grande maioria

²¹⁰ Título do famoso poema de Carlos Drummond de Andrade, uma metáfora para um impasse.

dos casos, de desdobrar-se para além dessa prática. Em um campo tão vasto quanto a internet, onde a grande maioria dos usuários dispõe de meios que facilitam tanto a produção quanto a veiculação de suas mensagens e muitas delas chegam, por exemplo, a questionar teorias científicas comprovadas, como o fato do planeta Terra ser esférico, é necessária presença de atores que, especializados no seu campo de estudo, consigam confrontar essas opiniões, que por muitas vezes conseguem um largo alcance, para afirmar os fatos. A necessidade da permanência da crítica nos tempos contemporâneos, tempos de “opiniocracia” (de acordo com o escritor Bernardo Carvalho, em seu artigo *Em defesa da obra*, publicado pela revista *Piauí*) é ressaltada por Lourival Holanda, em *Reconsiderando a Crítica Literária*:

Permanece a necessidade da crítica em tempos de diluição aparente de sua importância. Com a aceleração do ritmo das crises atuais, com as transformações recentes e rápidas, tornou-se mais premente a necessidade de, uma vez mais, se voltar a ver a função da literatura no novo quadro social. Oportunidade de uma salutar redefinição e de busca de adequação às respostas que o presente pede. Necessidade de atualizar a tradição crítica não enquanto simbolização da ordem, mas de utilizá-la como incremento à criação, em meio às vicissitudes e turbulências do momento. (Holanda, 2012, p. 7)

Portanto, em tempos onde as opiniões são expostas massivamente, sem que haja, por muitas vezes, nenhum tipo de filtro e tudo pode se equiparar, é que o pensamento crítico precisa adquirir mais potência e visibilidade, através da ação de seus atores. Assim como é necessária sua mudança (seja de forma, seja de contexto, seja de suporte), também é necessária sua permanência. A necessidade de reconfiguração traz consigo a possibilidade de se repensar, como demonstra Renato Cordeiro Gomes em *Recordação da casa dos mortos: crise da crítica, perigo e oportunidade (ou uma ligeira brigada)*:

Certamente, num tempo pós, em que a importância generalizada que parece ter tomado conta da atividade crítica das artes, em geral, e da literatura, em particular, está domada e controlada pelo sistema e pelas instituições, a literatura deixou de ser o centro de um sistema de significação, perder a centralidade na cultura globalizada, como revelou Alcir Pécora em “A musa falida” (2016), ou uma atividade edulcorada e enfraquecida, como sublinha Flora Süssekind. Se corre o perigo de esterilizar-se, contraditoriamente pode oferecer oportunidade lúcida de repensar-se, não pela melancolia nostálgica, mas ação discursiva de redefinir-se numa dinâmica exigida pela contemporaneidade, *the time out of joint* (Hamlet). (Gomes, 2017, p. 309-310)

Devemos pontuar, ainda da citação acima, a perigosa posição de “atividade edulcorada e enfraquecida”, lembrada por Renato Cordeiro Gomes ao citar Flora Süssekind. A crítica que se volta somente para os aspectos positivos da obra ou de um autor faz um bom trabalho de divulgação para o mercado, mas não tanto para o campo literário. Aqui, estamos lidando com a ideia de equivalência de ideias como um pensamento que pode estar mais acentuado nos tempos atuais, da seguinte forma: se todos os autores merecem elogios positivos por parte da crítica, todos se equivalem, portanto, não se diferenciam? Que critério algum leitor teria para justificar sua escolha por um ou por outro – somente a sua opinião ou a dos outros leitores? O que pode estar sendo fomentado através da ação da “crítica edulcorada”?

Em recente reportagem para o caderno Ilustríssima, da Folha de São Paulo, a crítica literária Camila von Holdefer aborda os possíveis prejuízos para o campo literário da negação da crítica negativa. Em “*Medo da crítica negativa prejudica a literatura, escreve autora*²¹¹”, ela discorre sobre o fenômeno da “cultura do aplauso” e sobre a necessidade do crítico estar aberto ao debate, sem assumir nem a posição de autoridade e nem a da subserviência. A autora destaca o uso da palavra mediação, aqui em outro contexto: enquanto o crítico na modernidade era uma espécie de mediador entre os experimentalismos estéticos propostos pelos artistas modernistas e o público; aqui ele assume, de acordo com a autora, o papel de mediador de “leitores e leituras”, em uma tentativa de aproximação com o leitor, fazendo parte de um processo de “construção coletiva”. Cabe ao crítico literário contemporâneo, partindo dessa ideia, fazer parte da discussão com os outros atores sobre as interpretações e conexões que ela pode (ou não) trazer, ainda que isso possa gerar possíveis impasses, expondo suas observações, positivas ou negativas, ao tomar como ponto de partida a análise da obra.

A importância da análise centrada na obra (que, por muitas vezes, acaba ficando em segundo plano nas performances midiáticas abordadas nos capítulos anteriores) é também assunto de outro artigo do escritor Bernardo Carvalho para o Instituto Moreira Salles, *Domesticação da literatura*²¹², onde ele aborda mais diretamente o trabalho da

²¹¹ Para saber mais: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2018/08/medo-da-critica-negativa-prejudica-a-literatura-escreve-autora.shtml>. Acesso em 01/06/2019, 17:14h.

²¹² Para saber mais: <https://blogdoims.com.br/domesticacao-da-literatura/> Acesso em 01/06/2019, 18:20h.

crítica na atualidade. O autor ressalta que o trabalho do crítico não deve ser o de rebaixar gratuitamente a obra ou seu autor para poder sobressair, assim como não deve ser o de o trabalho de de “funcionalismo mercadológico”. Ao exemplificar a recepção por parte da crítica internacional (especialmente a americana), da obra *O gigante enterrado*, de Kazuo Ishiguro (que, posteriormente acabaria ganhando o Prêmio Nobel de Literatura em 2017), o escritor afirma ter a impressão do texto crítico poder ter sido feito sem que seu autor tivesse lido o livro, pois “a previsibilidade da crítica de Kakutani salta aos olhos (...)”. Ele reafirma, através desse e de outros trechos, a importância de se partir do próprio texto, evitando expressões que reafirmam obviedades e leituras genéricas da obra. Levando-se em consideração tanto as afirmações de Holdefer quanto as de Carvalho, podemos inferir que existe o espaço da crítica negativa, desde que seja feita observando as expectativas de que as argumentações devem ser oriundas de uma leitura cuidadosa da obra. A crítica “ruim” não é necessariamente a crítica negativa, e sim aquela que ou não leva em considerações outras formas possíveis de interpretação da obra ou o seu público leitor, ou aquela por demasiado evasiva.

Para onde se volta, portanto, a atuação do crítico? De que forma ele pode aproximar-se de seus leitores, além de revitalizar-se? Parece-nos que a valorização da leitura crítica da obra (com seus desdobramentos) já tem sido explorado como uma possibilidade de caminho, como aponta o poeta e pesquisador Rafael Zacca²¹³:

Enquanto alguns críticos insistem em escrever papéis de bala, muita gente tem procurado outra funcionalidade. Proponho, com eles, que o gosto (e a consequente salvação ou condenação) pode ser deixado para leitores e leitoras, que não precisam ser subestimados.

A crítica pode, por outro lado, desdobrar aquilo que, na poesia, se encontra condensado; ou pode, em outros casos, deslocar poemas, versos, expressões ou detalhes de lugar para fazer brotar as flores do sentido em outro terreno; ou pode forçar com que a leitura se detenha, verso a verso, em estações, fazendo durar um pequeno poema por um ano inteiro nas impressões de quem o lê.

Em todos esses casos, o que se propõe é a crítica em sua função de conhecimento das obras. Não no sentido de esgotamento sobre o que se pode conhecer em um poema, nem no de “saber falar” sobre poesia. Nem quero com isso propor que capturemos uma verdade do texto. O conhecimento que a crítica proporciona pode ser uma, isto sim, suspensão do julgamento imediato do gosto para que se possa demorar um pouco mais

²¹³ Prioritariamente escrito como postagem em Facebook, posteriormente disponibilizado em: <https://escamandro.wordpress.com/> Acesso em 01/06/2019, 20:35h.

nas estações dos poemas. Conviver com elas. Ou nelas. (...) A crítica pode exercer esse papel de demora na selva-selvagem da arte. Basta que ela se dedique menos apressadamente a traçar panoramas, e mais a obras singulares, pequenos contextos de produção e breves conjuntos. (Zacca, 2019, s.p.)

Parece-nos que ocupar o espaço de voltar-se para a obra, através de uma escrita mais próxima de gêneros como o ensaio e a crônica, conforme já foi indicado por alguns pesquisadores mencionados anteriormente; para além da escrita de resenhas, principalmente aquelas com fins mercadológicos, é uma diferenciação que pode ser feita em relação ao trabalho do crítico na contemporaneidade, e já encontramos exemplos desse tipo de procedimento quando observamos publicações recentes tanto no âmbito virtual como em revistas literárias²¹⁴. No entanto, essa não seria a única reconfiguração que poderíamos apontar: obviamente, a presença no âmbito virtual seria outra. É cada vez mais frequente a publicação de críticas em meios digitais, tanto em forma de textos pensados exclusivamente para esses meios, como republicações de artigos que também podem ser encontrados em mídia impressa, como é o caso do *Suplemento Pernambuco*, que disponibiliza todo o seu conteúdo na web²¹⁵, possibilitando ao leitor a circulação desses artigos em suas redes sociais, por exemplo.

Assim como a *Suplemento Pernambuco*, outros espaços que também se propõem a divulgar ensaios, resenhas e artigos críticos sobre literatura, como o *Jornal Rascunho*²¹⁶ e a revista *Quatro Cinco Um*²¹⁷, também disponibilizam todo seu conteúdo em plataforma digital (o *Jornal Rascunho* através de site próprio, *Quatro Cinco Um* através de uma página no *Facebook* com redirecionamento para artigos que ficam hospedados na página do jornal *Folha de São Paulo/Uol*, contando com um público de 12.689 pessoas seguindo suas publicações)²¹⁸. A página do *Jornal Rascunho* na mesma rede social conta com o número de 23.282 seguidores, e o *Suplemento Pernambuco* com 46.482 seguidores²¹⁹. Ao compararmos com o número

²¹⁴ Uma exemplificação dessa prática pode ser verificada em: <https://culturaebarbarie.wordpress.com/2012/11/27/literatura-ana-por-victor-da-rosa/>. Acesso em: 02/06/2019, 09: 52h.

²¹⁵ Para verificar essa informação, basta acessar: <http://www.suplementopernambuco.com.br/artigos.html>. Acesso em: 02/06/2019, 10: 40h.

²¹⁶ Para saber mais: <http://rascunho.com.br/>. Acesso em: 02/06/2019, 09: 52h.

²¹⁷ Para saber mais: <https://www.facebook.com/revistaquatrocincoum/>. Acesso em: 23/06/2019, 14:42h.

²¹⁸ Acesso em: 23/06/2019, 15:31h.

²¹⁹ Acesso em: 23/06/2019, 15:34h.

de seguidores de páginas de canais dos *booktubers* apresentados no segundo capítulo na mesma rede social (TNT, 61.112 seguidores, Lidolendo, 11.266, Literature-se, 25.082, Livrada, 11.736, Ler antes de morrer, 43.012²²⁰) podemos inferir que: a) dois *booktubers* possuem menor número de seguidores do que o menor índice de seguidores de páginas que publicam crítica e artigos literários (Quatro Cinco Um), b) quatro *booktubers* têm menos seguidores do que o maior índice de seguidores de páginas que publicam crítica e artigos literários (Suplemento Pernambuco), c) nenhum booktuber parece conseguir “transferir” de forma maciça o seu número de seguidores de uma rede social onde prevalece o imagético (*YouTube*) para uma rede social mista (*Facebook*), como podemos acompanhar na pequena tabela a seguir:

Tabela 2 - Comparação entre seguidores de Youtube e Facebook de YouTubers

Canal de Booktube	Número de inscritos no Youtube ²²¹	Número de inscritos no Facebook
TNT	358.315	61.112
Lidolendo	29.769	11.266
Literature-se	114.382	25.082
Livrada	36.031	11.736
Ler antes de morrer	320.849	43.012

É interessante notar que as três páginas de canais de *booktube* no *Facebook* com mais seguidores são de *booktubers* formadas em Letras e Jornalismo, cursos que também contribuíram para a formação dos críticos literários.

Os dados apresentados podem nos sugerir que o interesse pelas publicações voltadas à análise literária, especialmente em redes sociais com grande circulação de textos escritos (como é o caso do *Facebook*) ainda se faz presente. Certamente, houve a diminuição dos suplementos literários em jornais impressos de circulação nacional, conforme mencionamos no capítulo um, mas esse fator pode estar mais relacionado com a “crise do impresso” perante a utilização da internet para a divulgação de notícias quase em “tempo real” e a consequente diminuição do número de editoriais nos jornais.

²²⁰ Acesso em: 23/06/2019, 16:46h.

²²¹ Dados acessados em 23/06/2019, 17:09h.

Um dado a ser destacado é que nenhuma dessas publicações que se voltam para a divulgação de artigos e ensaios cobra pelo acesso virtual a elas e nem limita o número de acessos, ao contrário dos sites de jornais de grande circulação nacional, que restringem conteúdo para assinantes ou limitam o número de acessos por mês. Dessa forma, o conteúdo delas torna-se facilmente acessível para aqueles que quiserem acompanhar a produção crítica que tem sido feita sobre literatura atualmente.

Podemos deduzir que a oferta dos textos críticos, distribuídos gratuitamente em sites, como a iniciativa das publicações *Suplemento Pernambuco*, *Jornal Rascunho* e *Quatro Cinco Um*, ao facilitarem o acesso do leitor, afirmam um compromisso de disponibilizar a recepção desses textos para o amplo público que encontramos no âmbito virtual, incluindo aí os possíveis “leitores participativos” e “leitores interativos”²²², já que alguns *booktubers* também produzem vídeos comentando artigos encontrados nessas revistas.

Além dessas revistas, que circulam tanto em mídia impressa quanto virtual, temos alguns sites que disponibilizam críticas literárias, tanto de forma especializada, isto é, dedicam-se prioritariamente aos objetos literários, como a Revista Sibila²²³ e a Revista Pessoa²²⁴, como colunas de literatura em sites de crítica de cultura em geral, como o Plano Crítico²²⁵.

Parece-nos, portanto, que estamos vivendo uma lenta transição entre da crítica que circulava em jornais para a crítica que cada vez mais utiliza os meios virtuais para continuar expondo suas análises literárias. O pesquisador Fabio Malini, em entrevista²²⁶ para o jornalista Diego Viana, do Valor Econômico, aponta para a possibilidade de que o uso do espaço virtual pode ser positivo para os críticos da contemporaneidade:

– Tem gente que atribui justamente à internet, com seus comentários de blogs e Digs, com os retweets, com o “like” do Facebook etc., a propalada “derrocada” da crítica. Outros dizem que essa derrocada é muito anterior e obedece a preferências do mercado ou à incapacidade da própria crítica de dialogar com o leitorado, mas a internet pode ser,

²²² Refiro-me aos conceitos abordados no capítulo anterior.

²²³ Para saber mais: <https://sibila.com.br/> Acesso em: 23/06/2019, 18:22h.

²²⁴ Para saber mais: <https://www.revistapessoa.com/> Acesso em: 23/06/2019, 18:54h.

²²⁵ Para saber mais: <https://www.planocritico.com/> Acesso em: 23/06/2019, 19:11h.

²²⁶ Para saber mais: <http://fabiomalini.com/redes-e-midias-sociais/a-critica-2-0-e-a-impossibilidade-do-pensamento-unico-na-internet/> Acesso em: 30/06/2019, 17:33h.

ao contrário, um novo sopro para a crítica. A crise existe? Onde a cultura digital se encaixa nisso?

A crítica vive o esplendor com a internet. É o seu melhor momento. A web hospeda desde a crítica acadêmica até aquela mais rasa, que beira ao comentário do “mimi”. Sem dúvida, o filtro feito por esses agentes que funcionam como editores coletivos (likes, diggs, retweets etc) é um dispositivo que faz circular um sentido geral sobre determinada obra. Uma reputação que se faz sem centro, sem editor. Isso não significa que o crítico morreu. Ao contrário, se analisarmos as críticas mais reputadas na web, veremos que se saem melhor aqueles que se dedicam ao fazer crítico diário, com qualidade e ótima formações humana e especializada. Até porque o internauta sabe que, na web, há uma promiscuidade do link. Sabe que aquele grupinho que faz a comunidade de determinado blog fica sempre circulando os mesmos links, as mesmas opiniões, para fazê-las presentes no campo maior da crítica. Então o usuário se protege contra isso buscando mais referências. (Malini, 2011, s.p.)

Ao realizarmos uma rápida busca sobre algumas das obras expostas por *booktubers* no capítulo 2, encontramos alguns indicadores sobre o volume de publicações que são caracterizadas como “crítica” ou “resenha” no indexador Google. A busca foi realizada com o título do livro, adicionando a expressão “crítica” em um primeiro momento, posteriormente título do livro e “resenha”, chegamos aos resultados²²⁷:

Tabela 3 - Números sobre pesquisa de títulos estudados

Título do livro	Título + “crítica”	Título + “resenha”
O sol na cabeça	220.000	170.000
Americanah	38.200	11.000
Quarto de despejo	198.00	46.000
Cem anos de solidão	366.000	79.600
Bartleby, o escrivão	12.300	5.820

Logicamente, aos buscarmos a expressão proposta, nem todos os *links* nos redirecionam para textos de fato, alguns são endereços de compra da obra, no entanto, eles nos permitem ter uma ideia do quanto esse tipo de produção no âmbito virtual pode alcançar números expressivos, dado o seu potencial de alcance e de distribuição em

²²⁷ Dados acessados em 30/06/2019, 14: 23h.

larga escala. Aqui, estamos tratando do alcance e do número de páginas, e não de critérios como qualidade ou pertinência.

Ao fazer a mesma pesquisa para o filme “Tropa de Elite” no III Seminário de Jornalismo Cultural produzido pelo Itaú Cultural²²⁸, Malini também chega a números expressivos com relação ao número de críticas e resenhas sobre o filme, pontuando que, se anteriormente os editores era os responsáveis por fazer a distribuição e circulação dos textos críticos, nos tempos atuais, com a internet, o critério da reputação conseguida dentro da própria rede passa a ser a “chancela” para a permanência (ou não) desses textos, principalmente se levarmos em consideração sites de “classificação” (ranks/ diggs), onde os usuários votam na pertinência e relevância do conteúdo apresentado. A edição, segundo ele, seria uma criação coletiva nesse caso. É interessante ressaltar, nesse contexto, que não somente a “reputação” pode ser levada em consideração, mas também a ação dos mecanismos de visibilidade gerados pelos algoritmos dos sites “buscadores” da internet, conforme já explicamos anteriormente.

Fabio Malini vai além ao afirmar que a autoria da produção crítica no campo virtual é a rede, pontuando a frase “A rede é o autor” (Malini, 2010, s.p.), atentando para o surgimento de um novo tipo de autoria que não está mais concentrado no crítico especializado, e sim nos múltiplos textos que podemos encontrar sobre um bem cultural, críticas pulverizadas na internet, publicadas em diferentes *sites* que, quando reunidas, formam um conjunto crítico sobre uma obra, “(...) o próprio autor da produção crítica é a rede, a rede toda emaranhada...” (Malini, 2010, s.p.)

Neste mesmo debate²²⁹, o jornalista Luis Antônio Giron destaca que na internet há muita informação e muita crítica, problematizando, no entanto, a questão do critério. Ele destaca que muitos blogs de crítica que podem ser encontrados hoje acabam reproduzindo a “agenda” ou formas já exploradas nas críticas dos grandes veículos, ao invés de tentarem explorar outros temas, outras obras e outras linguagens. Neste contexto, ele reafirma a necessidade do crítico estar presente no âmbito virtual, em

²²⁸ Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=i9tklsDqzhc>. Acessado em 30/06/2019, 15: 44h.

²²⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Wi8sfcvEJqo> e <https://www.youtube.com/watch?v=QzHif0475GY>. Acessado em 30/06/2019, 20:32h.

diversas plataformas, disponibilizando-se para dialogar com os leitores, além de defender uma conscientização dos critérios para a escrita da crítica cultural:

Nos blogs, o que eu acho que falta é um pouco de auto-crítica, é um tipo de atividade cultural autorreferente e de auto-comiseração, é um tipo de coisa que se perdoa tudo, tudo é possível, em vez de pensar nas coisas que são fundamentais, que são a reflexão, o que é refletir sobre um produto cultural, quais são os critérios que eu vou usar, que tipo de compromisso eu vou ter com quem me lê, por isso eu digo que é preciso um processo de educação, de conscientização dos critérios que norteiam a crítica cultural também nos blogs. (Giron, 2010, s.p.)

Existe a necessidade, dessa forma, de que a crítica se faça cada vez mais presente no campo virtual, levando em consideração o dialogismo com os leitores (que cada vez mais procuram, a seu modo, utilizar os dispositivos tecnológicos para refletir sobre os bens culturais, e por muitas vezes procuram aproximar-se do trabalho através da produção de conteúdo tanto para blogs quanto para plataformas de vídeo) e a questão da visibilidade, que é influenciada, como sabemos, por valores como reputação, indicação entre os atores do campo e algoritmos. A presença em redes sociais também tem sido mais constante como um lugar de discussão e pensamento crítico, como nos lembra Natalia Francis de Andrade²³⁰:

Em sua roupagem brasileira e contemporânea, o dilema segue rendendo. Alguns acadêmicos têm visto com reservas, por exemplo, os famosos “textões de Facebook” produzidos por seus colegas, refutando a possibilidade de considerá-los um gênero teórico/argumentativo contemporâneo. A fim de tentar garantir a qualidade da escrita e de marcar resistência política contra a cacofonia e a perecibilidade dos discursos na internet, eles fincam os pés em seu (reduzido) território instituído, nas mídias impressas especializadas e nos eventos oficiais. Em contrapartida, outros acadêmicos não se furtam a fazer uso de plataformas digitais para expressar acaloradamente seus juízos e impressões. Ficam, por sua vez, experimentalmente, pés e bandeiras no novo território. Comungando do mesmo intuito de resistência política diante da perda de relevância da arte, da filosofia e das ciências humanas na arena pública que seus colegas mais tradicionalistas, advogam, porém, que os fóruns de discussão online vão precisamente ao encontro das necessidades mais prementes de um intelectual: ser capaz de falar ao público geral e ter a oportunidade de dialogar diretamente e em tempo real com seus pares. (Andrade, 2018, p. 90-91)

²³⁰ O artigo “Vida literária na web 2.0: uma análise panorâmica das recentes manifestações da crítica brasileira em rede” está disponível no e-book da Abralic – “A crítica literária contemporânea e seu lugar no debate público de ideias”, organização de Christiano Aguiar, Eduardo Cesar Maia e Fábio Andrade. Acesso em 01/07/2019, 09:44h.

Certamente, qualquer caminho que discuta a produção crítica nos tempos atuais deve levar em consideração a sua interação com a produção de conteúdo por outros atores do campo, como autores e leitores, além de problematizar a ocupação dos espaços virtuais que tanto necessitam de atores que realizem ponderações que desloquem os consumidores de bens culturais para além da opinião e da performance. Parece-nos, dessa forma, que a “crise da crítica” pode ser o caminho que a levará para além dos jornais e das universidades, possibilitando o encontro com o seu público leitor ao assumir o seu papel nas redes virtuais, como nos lembra Arthur Marchetto:

Hoje, a crítica é feita por qualquer leitor que saiba utilizar as ferramentas sociais está ligada às experiências de leituras e permeia uma pluralidade de plataformas. É feita nos impressos, textos em blogs, podcasts, em grupos e perfis do Facebook, WhatsApp, Twitter, Tumblr ou Instagram e, também, nos famosos vídeos do YouTube. (...) Nesse contexto, o problema se torna o texto sem embasamento. Em um momento em que a opinião é supervalorizada, medidas devem ser tomadas para oxigenar o campo da crítica e fazer com que ela continue relevante. (Marchetto, 2018, s.p.)

As transformações trazidas pelas novas tecnologias reconfiguraram significativamente dois atores importantes do campo literário, e também podem transformar, a partir do momento em que pensamos em uma possível “crise”, o terceiro. Talvez as ideias de transitoriedade e do efêmero tenham adquirido cores mais fortes junto com a internet (elas sempre foram presentes, talvez hoje sejam apenas mais aparentes), o que não é, em essência, algo disruptivo, uma vez que com elas também encontramos a permeabilidade que a crítica pode exercer: que seja permeável – tal qual o texto é – às múltiplas interpretações.

5

Conclusão – Admirável Mundo Novo²³¹

“Devo ter delirado, pois tentei até me distrair especulando sobre as velocidades relativas nas várias quedas em direção à espuma lá embaixo.”

Distraído-se graças ao afastamento racional de sua própria situação, o marinheiro de Poe no conto “Uma descida no Maelström” mantém-se distanciado da catástrofe procurando compreender o funcionamento do redemoinho. Sua ideia nos propõe um estratagema possível para compreensão de nossos próprios problemas, nosso torvelinho eletronicamente configurado. (McLuhan e Fiore, 2018, p.150)

Para concluirmos esse trabalho, faz-se necessário revisitar alguns pontos de discussão e questionamentos levantados ao longo dos capítulos. Parece-nos um pouco paradoxal a ideia de concluir uma pesquisa em um campo de estudo que ainda permanece tão em aberto, dada a rapidez com que novos programas, suportes e possibilidades de interação têm sido desenvolvidos no decorrer dos últimos anos. Assim, poderíamos pensar que aquilo que chamamos de novas tecnologias de comunicação nesse momento de pesquisa em breve serão conhecidas como velhas tecnologias de comunicação, possivelmente em um prazo inferior a dez anos, talvez. No entanto, como já pressupomos, raramente acompanhamos algo que tenha um fim em absoluto – muitas vezes, o que presenciamos na contemporaneidade é a transfiguração de ideias e práticas anteriormente vigentes, revisitadas, repotencializadas. Cabe aqui a ressalva de que, muito antes de apontar respostas definitivas para os temas abordados, o que procuramos realizar foi um mapeamento de como a presença das instâncias literárias aqui retratadas (o autor, o leitor e o crítico) no ambiente das mídias digitais podem reconfigurar seus papéis dentro do campo literário.

Até então pouco problematizada dentro da modernidade, a questão da autoria ganha relevância através das provocações propostas por Michel Foucault em *O que é o autor* e por Roland Barthes em *A morte do autor*, suscitando indagações que permanecem até os dias atuais para os pesquisadores de literatura. Uma delas seria um

²³¹ Referência ao título do livro de Aldous Huxley, publicado em 1932, que trata sobre o choque entre uma sociedade futurista, estruturada em castas e geneticamente controlada, com um representante daquilo que era considerado “selvagem”, um descendente da sociedade anterior.

dos pontos de partida desse trabalho: de que forma um autor pode aumentar sua visibilidade dentro das mídias digitais e, mais especificamente, com o advento das redes sociais?

Não são poucos os que afirmam que testemunhamos hoje a “era da imagem”, dado o grande número delas ao qual estamos continuamente expostos, desde o surgimento da fotografia e da televisão até o aparecimento de plataformas de interação social como *Instagram*, *YouTube* e *Snapchat*. A multiplicidade de imagens que hoje nos cerca poderia nos levar à reflexão de que vivemos imersos em uma cultura predominantemente visual. Não era o intuito dessa tese desdobrar esses questionamentos, ou comprovar que, fato, estamos totalmente imersos nessa cultura. Voltamo-nos, nesse contexto, para a mesma a mesma pergunta de Foucault, desdobrando-a para os tempos atuais: o que é um autor em um ambiente de pluralidade de informações e imagens, divulgadas em tempo quase real? O que é um autor em tempos que, parece-nos, muitas vezes vivemos a representação da representação, a representação das imagens fotográficas, estáticas ou em movimento, em redes sociais? Se vivemos, de fato, em uma cultura visual, como a literatura, através do comportamento dos seus atores, tem corroborado essa imersão? Como a inserção nesse contexto faz com que o autor passe a responder não somente por sua obra, mas também por sua imagem? A pesquisadora Vera Lucia Follain de Figueiredo aponta para essas transformações, relacionando-as com as modificações no próprio conceito de obra, que a contemporaneidade também parece reconfigurar:

Assim como as formas de ler e de escrever têm mudado, a concepção da obra literária também vem sendo alterada. A exemplo de algumas vertentes das artes plásticas, a obra, no campo da literatura, pode se tornar o conceito e o escritor passa a ser, então, proprietário de uma ideia. Para Jacques Rancière, assim desfaz-se o que constituía o conteúdo mesmo da noção de obra: “a expressão da vontade criadora de um autor numa materialidade específica trabalhada por ele, singularizada na figura da obra, erigida como original distinto de todas as suas reproduções” (2003). A ideia de obra torna-se radicalmente independente de toda elaboração de uma matéria particular e a originalidade passa para a ideia. Para o filósofo, paradoxalmente, o esvaziamento da obra não concretizou a tão anunciada morte do autor, mas, ao contrário o fortaleceu abrindo espaço para a negociação entre os proprietários de ideias e proprietários de imagens. Daí decorre que o autor por excelência seria então, atualmente, aquele cuja ideia é explorar o que lhe pertence como algo próprio, sua própria imagem (2003). O autor não seria mais o “espíritual histrião” de que falava Mallarmé, mas o “comediante de sua imagem” (Figueiredo, 2015, p.7)

Distante, cada vez mais, da ideia de “gênio” original, o autor da contemporaneidade é, principalmente, aquele que consegue entender e manipular os complexos mecanismos de construção de visibilidade disponíveis nas mídias digitais. Logicamente, o ambiente das redes sociais e publicações virtuais não servem exclusivamente para tal prática, mas constituem-se como um lugar que favorece à essa atividade, atendendo a uma demanda, inclusive, do próprio mercado editorial. Em recente entrevista ao jornal *Rascunho*, o autor brasileiro contemporâneo Marcelino Freire ressalta que o uso de redes sociais serve para diminuir, inclusive, os espaços geográficos entre os escritores, viabilizando o contato com escritores de diversas regiões do país. No entanto, ele faz a seguinte ressalva:

Redes sociais – ajuda você a divulgar um trabalho. Mas eu tenho que usar essa ferramenta, não posso ser usado por ela. A pessoa achar que a vida virtual é a vida real, aí é complicado. Já estão fazendo da vida virtual uma realidade, daí o que a gente tem visto – resultados das eleições e tudo mais. É preciso usar com inteligência. (...) As redes sociais nos ajudam na busca disso²³² e no contato com outras inspirações, outros parceiros de batalha. (Freire, 2019, p. 9)

Como podemos entrever nesse trecho, o autor contemporâneo é consciente de sua participação e utilização das mídias digitais, não somente como um recurso de interação com outros autores, como também como um espaço para a divulgação de sua obra. Além desses dois usos, poderíamos adicionar um terceiro: um lugar onde seu público leitor irá satisfazer, ainda que de forma parcial, sua curiosidade com relação ao artista. Ao apresentar em sua *timeline*²³³ (linha do tempo) publicações tão difusas quanto os bastidores da escrita do último romance quanto fotos de uma viagem pessoal, ele possibilita o encontro entre seu leitor e sua personalidade midiática, construída, nas

²³² Nesse contexto, ele explicava sobre a necessidade de explorar a rede para tomar conhecimento da produção de outros escritores.

²³³ Conceito de timeline: O termo timeline é bastante conhecido entre os usuários das redes sociais na internet, como o Facebook, Twitter e Instagram. Trata-se da ordem das publicações feitas nas plataformas sociais online, ajudando o internauta a se orientar, exibindo as últimas atualizações feitas pelos seus amigos. A "linha do tempo" (timeline) aparece na página inicial na maioria dos sites e aplicativos de redes sociais. Normalmente, as publicações que surgem na timeline do usuário são condizentes às suas preferências ou gostos pessoais na internet, ou seja, as informações que a rede social achar mais pertinentes para o indivíduo terão prioridades na "linha do tempo". No entanto, o principal objetivo da timeline é a organização cronológica das informações publicadas no perfil de um usuário em uma rede social. Obtido em: <https://www.significados.com.br/timeline/>. Acesso em: 08/07/2019, 17:09h.

redes sociais, por ele mesmo (podendo haver a influência, em alguns casos, de agentes literários ou terceiros que utilizam essas plataformas em seu nome para publicar mensagens para o público). A exploração de aspectos banais de sua rotina, que reforçam a ideia de uma pessoa comum (e onde podemos entrever a negação à ideia do “gênio original”, tão cara ao Romantismo), por muitas vezes é o que vai criar os vínculos dessa “amizade virtual” tão necessária entre autor e leitor. E se o autor faz a sua parte, expondo nessas redes, em diversas ocasiões, aquilo que o seu leitor gostaria de ver, este também cumprirá com seu papel nesse tácito “acordo de cavalheiros”, comparecendo, sempre que possível, aos lançamentos e eventos literários dos quais o autor fará parte, registrando em fotografias e vídeos o seu encontro, para posteriormente divulgá-lo nas redes e, com isso, aumentar a visibilidade do escritor.

Portanto, não foi somente a forma como o escritor é retratado pela mídia que sofreu modificações ao pensarmos nas novas tecnologias da comunicação, o próprio alcance dessa presença, bem como a forma de participação dos atores nesse processo foram reconfigurados. Em trabalho publicado sobre a recepção dos leitores de Paulo Coelho em seu blog, a pesquisadora Sayonara Amaral de Oliveira nos confirma essa ideia de transformação:

O lugar ocupado pelo escritor na deflagração desses usos e modos de recepção é fundamental não apenas pelo caráter distendido que sempre conferiu à sua produção, cujas estratégias de inserção e manutenção do mercado editorial tornam possível o acesso de um público cada vez mais amplo. Mostra-se de extrema relevância a nova forma de acessibilidade que o autor propicia ao tornar possível aos leitores se manifestarem publicamente no espaço da internet. Capturando a dimensão de tal feito, uma remetente chega a declarar: “A idéia (sic) desse blog foi maravilhosa, pois por alguns momentos os papéis foram invertidos, nós leitores passamos a ser também escritores e esse é sem dúvidas o seu diferencial!” (Oliveira, 2015, p. 227-228)

Alguns autores aparecem por se fazerem constantemente presentes nos meios digitais, já outros se fazem notar em função da sua ausência, da não ocupação desse lugar: é o caso de Thomas Pynchon, criando uma espécie de contradição por parte da mídia onde o autor se faz presente sem estar visível. É interessante destacar como, por muitas vezes, mesmo essa ausência ou essa negação à visibilidade pode ser cooptada pela mídia, criando para esses autores a “aura de mistério” que também pode atrair a atenção do leitor para a sua figura.

Não é somente uma questão narcísica (ou mercadológica) que guiará a utilização das mídias digitais pelo autor contemporâneo. Faz-se também necessário ressaltar as mudanças na subjetividade que são consequentes do uso de redes sociais. Como afirma Paula Sibilia em *O show do eu*, a valorização do intimismo, tão característica do século XIX, e da própria noção de intimidade transformaram-se ao longo do século XX, e no século XXI o enaltecimento da performance do cotidiano parecem fazer parte cada vez mais da prática dos usuários de plataformas de interação social.

Em tempos onde “aparecer” tornou-se um verbo com significativa importância, sempre existirá o perigo de um autor ser mais conhecido por sua performance midiática do que propriamente por sua obra. Nesse contexto, a obra passa a ser uma instância de legitimação e uma justificativa para sua presença nas mídias digitais, e é ela que o autor deve priorizar se não quiser ser reconhecido somente pelo seu carisma ou habilidade ao relacionar-se com o público. Recentemente, ao conceder entrevista para o jornal *Rascunho*²³⁴, o pesquisador Luiz Antonio de Assis Brasil aponta para o problema de se tornar um personagem de si mesmo, que ele denomina “síndrome de Rimbaud”:

Rascunho - O texto de abertura de Escrever ficção alerta: “antes de pensar em sucesso, pense em ser competente”. A era da internet — com a facilidade para se compartilhar conteúdo, a superexposição e glamourização generalizada — mudou a forma que os jovens enxergam o fazer literário?

Luiz Antonio de Assis Brasil - Sim, inevitável. Muitos caem na armadilha da fama instantânea, que, naturalmente, desaparece no ano seguinte. As redes sociais estimulam esse equívoco, com expressões que denotam uma atitude novidadeira e voraz — “quem é o cara do momento?”, “o que o pessoal está lendo hoje?”. Isso é tão trágico quanto perverso. Já vi pessoas nitidamente vocacionadas que se perderam nos faits-divers da vida literária e tornaram-se personagens de si mesmos, contaminados pelo que chamo, de brincadeira, de síndrome de Rimbaud. No sentido contrário, permanecem vivos apenas aqueles que consideram a literatura como atividade profissional — e as profissões, como sabemos, exigem pessoas competentes, que dedicam o melhor de seu tempo e poder intelectual a sua atividade. Não há mais espaço para escritores de fim de semana. E a competência não impedirá ninguém de ganhar o Nobel. Isso nos conduz a outro dado: nunca os jovens escritores estiveram tão preocupados com a forma — e isso a ponto de, por vezes, “esquecerem” a matéria humana. (Assis Brasil, 2019)

A imprescindibilidade de se tornar visível não é algo recente no campo artístico, especialmente o literário, conforme vimos no primeiro capítulo desse trabalho, e o que

²³⁴Disponível em: http://rascunho.com.br/em-meio-a-selva-literaria/?fbclid=IwAR1evJKvKDAyVQk_cWCBUTk3pF4tiMTelua7e_0O2KdDL3yuBfKl7w0Orc. Último acesso: 09/07/2019, 20:43h.

se transformou não foi a necessidade de um autor tornar-se conhecido (nem o desejo dele para que isso acontecesse), mas sim as formas como essa visibilidade pode ser adquirida. Ela passa por diferentes processos: desde a “interação” com leitores através de redes sociais (bem como a citação deles), o envolvimento midiático em “polêmicas literárias”, como o caso de publicação do romance “Divórcio” por Ricardo Lísias ou a questão que envolveu a publicação dos romances da coleção “Amores Expressos”, pela Companhia das Letras, e até mesmo a ação de algoritmos que cada vez mais atuam como um critério para que determinado conteúdo apareça para um público (ou não).

Não tivemos a pretensão de criar algum tipo de categorização definitiva ou absoluta com relação às diversas formas como um autor pode adquirir visibilidade através de suas práticas em mídias digitais, mas elencamos algumas maneiras possíveis para que essa visibilidade aconteça: a) o escritor utiliza as redes sociais para divulgar suas obras e projetos, seja em sua página pessoal, seja através da criação de um perfil público voltado para o seu trabalho como autor, b) autores que conseguem visibilidade dentro da rede através do envolvimento com algum assunto polêmico, geralmente relativo à sua obra, ou algum acontecimento relacionado à literatura, c) autores que se tornam conhecidos em função de sua ausência midiática, d) autores já reconhecidos pelas instâncias de legitimação literária, cuja a publicação de biografia ou de textos considerados “privados” (correspondências, rascunhos, diários) propicia o reaparecimento do seu nome em redes sociais, e) Celebidades ou pessoas famosas que utilizam sua popularidade para divulgar e vender livros, não necessariamente de ficção (recentemente, por exemplo, a atriz Marina Ruy Barbosa lançou o livro “Inspirações”, que constitui uma coletânea de textos motivacionais escritos por ela, misturados com trechos de obras de autores reconhecidos).

É interessante observar que essas formas de participação são flexíveis e não são excludentes entre si, e que um autor pode exercer concomitantemente papéis em duas ou mais categorias, como a a) e a b), por exemplo, como já acontece: ao mesmo tempo que publica em redes sociais a divulgação de sua obra, caso ela tenha criado algum tipo de interesse por parte da mídia por algum evento polêmico relacionado a ela, pode também usufruir de atenção por parte do falatório gerado pelo trabalho.

Muitos são, portanto, os bônus dos autores ao participarem das redes sociais na questão da construção de visibilidade para si mesmos, no entanto, existem também alguns ônus que gostaríamos de abordar aqui.

Além de estarem constantemente presentes nas plataformas de interação social, dada a sua natureza veloz, que demanda constantes atualizações, expostos à pressão de um público que sempre requisita novidades, eles também podem enfrentar a exigência de sites como a *Amazon*, que tem atuado diretamente sobre os editores e indiretamente sobre os autores, com relação à produtividade, como nos mostra Franklin Foer:

A Amazon, no entanto, dilacerou essa visão de autoria²³⁵. Com a fatia do mercado que tem, os editores dependem completamente do mastodonte de Bezos para vender seus produtos. Isso dá à Amazon o poder de espremer e depois espremer mais um pouco seus fornecedores, de ditar as normas para os editores. Os contratos com os editores arrancam taxas imprevisíveis e lucros muito maiores do que aconteceria num mercado competitivo. Às vezes, os editores consentem; em outras, resistem bravamente. Mas a verdade é que não há saída. Quando a Amazon aperta o cerco contra os editores, são os autores que sofrem. As casas editoriais diminuem o número de títulos publicados; dividem os adiantamentos pagos aos autores em parcelas menores, distribuídas a longo prazo, a perder de vista. Não podemos atribuir apenas à Amazon o colapso no pagamento dos autores, mas a política da empresa se tornou um dos principais fatores de deflação da escrita. O Facebook e o Google descobriram um remédio ainda mais eficaz contra a doença de custos dessa atividade. Nunca, sob hipótese alguma, pagam por isso. (Foer, 2018, p. 160)

Dessa forma, se há o aumento de visibilidade quando fazem parte das redes sociais, ou quando fazem parte das sugestões de compra de uma empresa como a *Amazon*, por outro existe o preço a ser pago a partir do momento que essas empresas (*Google*, *Facebook*, *Amazon*) também passaram a responder pelos mecanismos de visibilidade de um escritor, que anteriormente estavam mais relacionados à mídia tradicional e a própria crítica literária. Ao pensarmos sobre a exposição em redes como o *Facebook*, podemos parafrasear o usuário do site *Metafilter* Andrew Lewis, sob o pseudônimo de *blue_beetle*: “Se você não está pagando por esse serviço, você não é o

²³⁵ O autor refere-se à uma noção de autoria que demanda tempo de produção, que por muitas vezes é subjetivo e flexível de acordo com o escritor e com a obra. Foer defende que muitos editores, outrora, apesar de pressionarem os escritores com relação aos prazos, ainda tentavam respeitar o tempo de produção da obra, quando possível, por entenderem que estes “se sentiam com obrigações em relação à cultura e à posteridade (p.159), como era o caso de Jason Epstein, citado por Foer.

cliente, e sim o produto exposto para a venda”²³⁶. Não existe almoço grátis no Vale do Silício, e o autor contemporâneo, cada vez mais, terá que lidar com essa premissa.

Os algoritmos que atuam sobre a visualização de conteúdos também serão abordados por Foer, assim como foram abordados nesse trabalho. O autor americano explica que, em suas origens, a utilização das novas tecnologias criou a ideia de que viveríamos em um mundo onde as distâncias seriam abolidas e “A rede – a comunidade global unida pela tecnologia – começaria a diluir as diferenças que nos separam.” (Foer, 2018, p. 162). Entretanto, Foer salienta que, através dos mecanismos de ação de redes como *Facebook*, ao invés de termos acesso à “discordância construtiva”, acabamos sempre por encontrar publicações que reafirmam as nossas opiniões e crenças, aquilo que já conhecemos; por ação do mecanismo chamado por Eli Parisier de “filtro-bolha”, conforme foi explicado no segundo capítulo dessa tese. O perigo de mecanismos como esse, no caso da literatura, seria de conhecer sempre os mesmos autores, de quem sempre ouvimos falar, através das mesmas fontes de sempre:

Em economia, o perigo da rede é o monopólio – quando um mercado competitivo fica sob o jugo de grandes corporações. Na cultura, o perigo da rede é a conformidade – quando um mercado competitivo de ideias deixa de ser tão competitivo, quando a ênfase se transforma em consenso. Em seu entusiasmo, Kevin Kelly²³⁷ inconscientemente expressou as implicações mais sombrias de sua visão. Ele exaltou o conceito de mente-colmeia – que é o que acontece quando superamos nosso fetiche pelo autor e nos rendemos à colaboração coletiva, aos wikis da vida e às demais tendências das mídias sociais, quando nos entregamos à sabedoria das multidões. A mente-colmeia era para descrever uma ideia de beleza, a humanidade trabalhando de forma muito bem orquestrada. Mas sejamos francos: quem gostaria de viver numa colmeia? Sabemos, pela história, que esse tipo de consenso é de uma beleza plástica, uma mesmice, sufocante. Ele abafa os desacordos e estrangula a originalidade. (Foer, 2018, p. 163)

A uniformização dos gostos e das opiniões poderiam ser uma consequência possível, dessa forma, a partir da ação dos “filtros-bolha”. O uso desses algoritmos, por exemplo, indica as publicações “recomendamos para você” e determina o que pode aparecer em sua linha do tempo ao acessar qualquer rede social, além de influenciar os

²³⁶ “If you are not paying for it, you're not the customer; you're the product being sold.” (tradução da autora). Essa é uma frase famosa na internet, e foi inclusive citada por Eli Parisier em seu livro sobre o filtro-bolha. Disponível em: <https://www.metafilter.com/95152/Userdriven-discontent#3256046>. Último acesso: 10/07/2019, 15:31h.

²³⁷ Um dos fundadores da revista *Wired*, publicação relevante voltada para arte, cultura e tecnologia.

mecanismos de buscas, como o *Google*. A partir desse contexto, podemos inferir que os autores aos quais temos acesso através da internet são, por muitas vezes, frutos de mecanismos de visibilidade cujo funcionamento completo não nos é conhecido. O que (e quem) decide o que será visível nas redes sociais? Que parâmetros leva em consideração ao mostrar uma informação em detrimento de outra? Que consequências temos com o uso desses algoritmos no campo literário? Certamente, o primeiro efeito dessa atuação é a diminuição da perspectiva de serendipidade que dispomos ao encontrar um novo autor (ou uma obra) que nos chame a atenção quando passeamos por uma livraria. Compramos o livro do autor que conhecemos e seguimos através de redes sociais, levando em consideração critérios subjetivos como identificação e recomendação, por parte, inclusive, dos algoritmos que atuam sobre as plataformas de vendas. E se, por muitas vezes, podemos encontrar aquilo que acreditamos ser a sua própria voz em plataformas de interação social, não é somente esse fator que devemos levar em consideração ao pensarmos nas múltiplas possibilidades de atuação das instâncias literárias na questão da visibilidade: é necessário também ter em conta a participação dos leitores, cada vez mais presentes nas mídias sociais.

No segundo capítulo, demonstramos as formas de atuação dos leitores em três mídias sociais diferentes, o *Instagram*, o *YouTube* e a participação em clubes de leitura, cuja interação geralmente se dá através das redes sociais mais utilizadas nesse momento ou em aplicativos próprios.

Devo confessar que, ao iniciar essa pesquisa, estava um pouco reticente sobre a participação dos leitores na plataforma *Instagram*, uma vez que ela se volta para a publicação, essencialmente, de imagens. Como algo como a literatura pode ocupar lugar em um espaço tão abertamente voltado para a imagem? – era um questionamento (ingênuo, ao final dessa pesquisa devo admitir) que tinha, ao iniciar as buscas pelos perfis. Dada a multiplicidade destes depois do levantamento do material inicial, tive que estabelecer critérios de recorte para chegar na amostragem presente no capítulo – critérios que foram esclarecidos na introdução dessa tese.

Os perfis escolhidos (Homoliteratus, Me indica um livro, Achados e lidos, Subway Book Review, Livrogram, Um livro por dia, Bookcvlt, Darnius, Grifei num livro e Encontro de leitores) oferecem um panorama diversificado com relação às

formas como a literatura pode estar presente no *Instagram*, aumentando, de modo direto ou indireto, a visibilidade dos autores e também de suas obras. Desde de fotos de leitores no metrô (Subway Book Review) até às fotos de autor (Me indica um livro), passando pelos destaques de trechos interessantes (Grifei num livro), pelas fotos de capas que podem ou não vir acompanhadas por pequenas resenhas como legendas (Bookcvlt, Livrogram), pelos memes (Homoliteratus), pelas citações ou propostas de interação com outros leitores através de perguntas relacionadas à obras e autores (Achados e lidos) e, finalmente, o uso de capas de livro para composição de fotos “com teor mais artístico”, onde a preocupação estética é evidente, como é o caso do perfil Darnius. E se, por muitas vezes, a identidade desses *bookgrammers* permanece anônima, uma vez que muitos não publicam fotos pessoais em seus perfis, os atores da segunda rede social observada realizam o movimento oposto, assinando não somente com nome e sobrenome seus canais, assim como com a sua própria imagem: os *booktubers*.

A ação dos *booktubers* se dá de maneira distinta dos *bookgrammers*, por diversas razões. Basicamente, eles produzem vídeos deles mesmos, em tom intimista e “espontâneo” (até onde pode ser espontâneo algo que é filmado e editado), expondo opiniões valorativas sobre uma obra ou sobre um autor. Dessa forma, eles acabam por co-protagonizar a participação dos autores em mídias sociais, agindo de forma a aumentar tanto sua visibilidade quanto a dos escritores. Em vários momentos, por exemplo, seguram a obra, exibindo a capa para a lente da filmadora, alguns colocam fotos dos autores e comentam um pouco a biografia destes ao realizar uma resenha, resenha esta que pode ser decisiva na aquisição de uma nova obra. Muitos *booktubers* disponibilizam um link de compra para a *Amazon* (dos cinco retratados na tese, quatro possuíam link para compras no site), o que também pode facilitar o consumo: com um clique, abre-se uma nova janela, e basta *logar-se*²³⁸ com e-mail e senha para a aquisição do livro ser finalizada.

Os canais que foram pesquisados, de acordo com os critérios estabelecidos pela pesquisadora, também explicados na introdução, são: TNT, Lidolendo, Literature-se,

²³⁸ Optei, nesse caso, por usar um vocábulo que faz parte do dialeto dos usuários de mídias digitais, que pode ser facilmente substituído por “acessar”.

Livrada e Leia antes de morrer. Todos possuem um número considerável de seguidores e visualizações e parecem seguir uma mesma linha de apresentação, com câmera em primeiro plano ou em close, com uma estante de livros atrás. Em seus vídeos, podemos também entrever, logicamente com algumas pequenas mudanças entre um *booktuber* e outro, grosso modo, o mesmo tipo de mensagem: resenhas opinativas, resumos do enredo e comentários sobre parte gráfica do livro, às vezes referências à importância histórica/cultural da obra e o trabalho do autor. Em alguns vídeos selecionados para a análise, é possível encontrar referências a vídeos de outros *booktubers*, prática bastante comum entre os influenciadores digitais dessa plataforma. Destacam-se, portanto, dentro do campo da presença dos leitores em mídias sociais como produtores de conteúdo de fácil acesso, que têm como características mais significativas a informalidade do discurso, com vocabulário bastante inteligível, e a divulgação de opiniões sobre obras e autores.

Outra forma de participação dos leitores “conectados” abordada por esse trabalho é a atuação dentro dos clubes de leitura. O leitor pode se cadastrar no clube de sua preferência pagando taxas mensais, trimestrais ou anuais (depende do clube) e com ela tem acesso ao kit de leitura do mês, que é constituído de livro, revista, marcador de páginas e um brinde literário (na maioria dos casos) relacionados à obra. Alguns clubes oferecem a possibilidade de interação através de aplicativos próprios, onde leitores podem debater sobre seus autores e obras preferidos, bem como realizar a análise e “cotação” do livro do mês. É interessante notar que a participação dos autores não se dá somente através da discussão dos leitores (quer seja em aplicativo próprio ou nas mídias sociais, através das páginas dos respectivos clubes), como também a divulgação de uma obra sua (caso ele seja escolhido para a obra do mês) ou mesmo como curadores (que escolhem que obra será lida/ debatida no mês corrente). Analisamos quatro clubes nessa tese: o “Nem tudo é ficção”, o “Intrínsecos” (realizado pela editora homônima), o “Panaceia” e a “Tag”. Como a própria pesquisadora veiculou-se a esse último, pode investigar com mais detalhes a sua natureza, e foi possível verificar tanto o discurso dos participantes com relação aos autores e obras preferidas que acontecem no aplicativo próprio do clube, como a presença de autores como curadores, como por exemplo, Chimamanda Ngozi Adichie, Michel Laub, Julián Fuks, entre outros.

No terceiro capítulo, partimos da exploração de alguns vídeos de *booktubers* para poder desdobrar reflexões acerca da atividade dos leitores em mídias sociais. É interessante destacar, a princípio, o vídeo que retrata algumas práticas de mercado da empresa *Amazon*, que certamente contribuíram para o seu fortalecimento dentro do campo: além do dumping, ele afirma que houve investimento em divulgação de obras através de canais de *booktubers*, mencionando, inclusive, um evento chamado de “Batalha de *booktubers*”, uma espécie de competição por benesses que não são divulgadas, destinadas aos influenciadores que conseguirem “bater a meta” de marketing ostensivo de obras.

Alguns comportamentos, como a sensação de que tudo deve ser compartilhado, a reformulação do conceito de privacidade e a noção de “conexão” possível com outros usuários foram potencializados com o uso de mídias sociais, de forma que podemos entrever algo parecido com uma “leitura compartilhada” em redes sociais, tanto em comentários de *Facebook* e *YouTube* quanto em aplicativos de clubes de leitura. Para que esse tipo de leitura aconteça, é imprescindível que a ideia de interconectividade de fato esteja presente, e o questionamento de autores e obras são partes importantes na construção dessa rede. Nicholas Carr, ao pesquisar o uso da internet, aponta para a criação de uma futura comunidade de leitores específicos, identificados por autores ou gêneros (aqui, o escritor passa a ser um parâmetro de identificação entre os leitores, tão importante quanto o gênero literário). Com a maior identificação dos gostos dos leitores nas redes, ele passa a não mais ser um pressuposto abstrato, e sim alguém “mapeável” pelos algoritmos através de plug-ins e outros acessórios pré-instalados que, por muitas vezes, desconhecemos o uso. Com isso, temos a formação de um público que consumirá um autor ou gênero específico, reforçado tanto pela lógica dos algoritmos quanto pela atuação dos grupos de “leitura compartilhada” ou influenciadores digitais, além da própria ação do autor no campo. A leitura em grupo, conforme lembramos na tese, também não é algo que surge nos tempos atuais: já era praticada, como bem o sabemos, em saraus do século XIX. Todavia, podemos observar algumas mudanças que a contemporaneidade trouxe, através do uso de novas tecnologias digitais: o alcance e o número de participantes, não mais limitados a um espaço geográfico, a transformação do público, que pode cada vez mais se tornar restrito a um autor ou

gênero, a valorização da opinião que acaba contribuindo para a formação desse tipo de público e o protagonismo do leitor (em vez do autor) ao realizar as performances de leitura.

Esse último aspecto nos traz a ponderação sobre a importância da participação do leitor dentro desse campo. Nos tempos atuais, ele tem se destacado não somente por ser aquele que frui obras literárias, mas também como um produtor de conteúdo sobre as mesmas. Partindo dos conceitos de Henry Jenkins sobre cultura participativa, pelos quais ele demonstra que a própria ideia de participação não está somente veiculada ao desenvolvimento tecnológico que permite essa interação, mas sim faz parte de um aspecto comportamental humano, além da análise de Raquel Recuero sobre o comportamento dos atores nas redes sociais, observamos uma possível distinção entre os leitores dada a sua forma de atuação nas mídias sociais: o *leitor interativo*, que se caracteriza por uma atitude mais responsiva com relação às publicações dos autores, da mídia digital e dos leitores produtores de conteúdo, e geralmente acompanha as notícias e discussões sobre o campo da literatura, podendo inclusive emitir opiniões através de comentários; e o *leitor participativo*, aquele que responde pela produção de algum produto cultural relacionado à literatura, através de vídeos e outros tipos de criações que circulam no campo, e que através de sua atuação consegue aumentar a visibilidade do que é dito sobre um autor ou sobre uma obra. Certamente, os dois “leitores” respondem por aumento da visibilidade, mas nota-se um maior envolvimento do leitor participativo com relação às demandas de mercado, pois seu alcance pode ser bastante expressivo.

Considero sempre válido lembrar que essa categorização não pretende, de forma alguma, estabelecer-se como algo a ser considerado em seu absoluto: é necessário tomá-las com um ponto de partida para uma observação do fenômeno, sempre levando em consideração outras práticas que não foram abordadas nesse estudo, bem como a possibilidade de flexibilização delas, de acordo com o caso de estudo.

O leitor participativo é aquele que estará responsável não somente pela produção de conteúdos literários, desdobrando a sua participação para um possível formador de uma pequena comunidade literária (agindo como um indexador, como podemos inferir a partir dos estudos de Recuero), formada através da identificação com o influenciador

e, especialmente, com o conteúdo abordado no seu canal. Assim como foi apontado por esse estudo, é muito comum verificar que os leitores interativos formam um público, uma espécie de comunidade em torno do influenciador digital (leitor participativo), legitimando suas publicações e dando a ele (e aos autores e obras por ele retratados) visibilidade, em troca do pertencimento a uma comunidade virtual. A visibilidade dos leitores participativos depende de múltiplos fatores, sendo um deles a qualidade de interação com o público formado por leitores interativos, e configura-se como uma parte expressiva a ser levada em consideração quando pensamos na visibilidade dos autores na contemporaneidade.

As “leituras compartilhadas” têm acontecido, como podemos notar no final do terceiro capítulo, não somente no âmbito virtual como também continuam acontecendo de forma presencial. Basicamente, o que tem sido a diferença mais acentuada entre ambas as formas de participação é o fato de que enquanto as redes sociais propiciam a formação dessas “comunidades virtuais” resultantes da interação entre leitores participativos e leitores interativos, os grupos de leitura presenciais têm sido apontados como espaços de compartilhamento de vivências, e não somente um lugar onde o que na maioria dos casos acontece é o compartilhamento (ou debate) de uma opinião. Não se constituem, em sua natureza, de forma antagônica, somente são expressões diferentes do fenômeno de maior atuação do leitor no processo de construção de visibilidade das obras.

Com uma participação tão acentuada do autor e do leitor, foi um caminho natural para essa pesquisa continuar sua investigação examinando de que forma os críticos literários estariam inseridos no campo na atualidade. Esse foi o assunto explorado no quarto capítulo, onde nos voltamos para os questionamentos sobre a relação entre autores, leitores e críticos. Já que tem cabido aos leitores (e à ação dos algoritmos) a recomendação de obras através das plataformas digitais, pode ser que caiba ao crítico o desdobramento das discussões sobre uma obra, debates que não sejam restritos somente à questão do gosto subjetivo.

Ter uma opinião sobre uma obra é diferente de analisá-la, no entanto, nem sempre a diferença fica perceptível dentro do contexto digital. Por muitas vezes, o leitor pode confundir as duas práticas, e essa confusão pode também levar a uma percepção ainda

mais errônea: o equívoco de entender “uma curtida” (ou a ausência dela) em uma página de mídia social com a qualidade de uma obra ou de um autor. É sobre esse possível engano que o crítico da contemporaneidade deve estar atento, dado o alcance do trabalho dos leitores participativos e a presença dos leitores interativos nas redes nos tempos atuais.

Entretanto, cabe aqui a ressalva: a que tipo de crítica estamos nos referindo? É a crítica a qual Todorov alude em *A Literatura em Perigo*: uma crítica que não se desdobre em esmiuçar os procedimentos metodológicos de uma narrativa, e sim uma que se considere um campo aberto para discussões. Esse caminho já tem sido apontado no Brasil por pesquisadores como Eneida Maria de Souza e Wander Melo Miranda, que através tanto de publicações especializadas do campo acadêmico quanto em participação em artigos de mídia voltados para a literatura, têm possibilitado a observação de novas reflexões sobre o papel da crítica na atualidade.

Outro aspecto a ser destacado no que diz respeito à relação entre autores, leitores e críticos na contemporaneidade está relacionado ao fato do autor estar consciente das diversas forças que têm atuado no campo literário, mas isso não significa, como a princípio poderíamos imaginar em um primeiro momento, uma subordinação aos outros atores do campo, e sim uma perspectiva de diálogo em relação ao eles. Além disso, o autor contemporâneo sempre pode encontrar a maior possibilidade de circulação e visibilidade de seus escritos com a pulverização da mediação com os leitores, que agora não somente se dá através dos críticos e das mídias tradicionais. A circulação e a visibilidade de obras têm passado por um processo de transfiguração, conforme podemos observar no corpo desse trabalho, com as novas tecnologias digitais.

As novas atribuições dos papéis do autor e do leitor demandam também um novo posicionamento do crítico contemporâneo: um crítico que precisa, como assinalou Todorov, desvencilhar-se dos resquícios da herança moderna e estar atento tanto às novas possibilidades de circulação e de procedimentos formais de um texto crítico, bem como ao entendimento de que os textos na atualidade se configuram muito mais como uma provocação, o “pontapé inicial” de uma discussão onde outros atores também devem participar. Em um campo onde a opinião tem surgido com tanta intensidade,

como é o caso do ambiente de mídias sociais é onde se cria a necessidade de um diálogo mais próximo com a crítica. Ocupar espaços também nas redes parece ter sido um caminho, como já tem acontecido no caso das publicações literárias presentes tanto como mídia impressa quanto digital, como “Suplemento Pernambuco” e “Rascunho”, conforme demonstramos no último capítulo. Algumas publicações sobre crítica literária foram observadas no ambiente das mídias digitais, e os números de seguidores, especialmente em redes onde encontramos tanto publicações de imagem quanto de texto (como é o caso, por exemplo, do *Facebook*) demonstram que há interesse nessas produções.

O pesquisador Fabio Malini propõe a ideia de que, na contemporaneidade, a força da crítica seria o seu conjunto, os múltiplos textos que abordam algum bem cultural, é o debate entre esses atores que constitui a autoria do corpo crítico nos tempos atuais. “A rede é o autor”, ele afirma, e não mais o crítico especializado. Será que, dentro desse contexto, poderíamos conjecturar que enquanto caminhamos para o fortalecimento da figura individual de autores e leitores participativos, a crítica caminharia para o sentido oposto, diluindo-se nessa polifonia? Dada a multiplicidade de vozes, Luis Antônio Giron problematiza a questão do critério, ressaltando que muitas das publicações sobre crítica literária que encontramos em blogs, por exemplo, simplesmente só repetem velhas fórmulas, já conhecidas, enquanto as mídias digitais possibilitaram o espaço para a exploração e criação de novidades, que ainda permanecem pouco examinadas neste momento.

Esses foram alguns pontos de observados explorados ao longo desse trabalho. Ao percorrermos as transformações nas instâncias literárias com o advento das mídias digitais, ressaltamos a transfiguração de conceitos como visibilidade, interação, participação, bem como procuramos investigar as reconfigurações que podem estar tomando forma nos tempos atuais. Como nos lembram McLuhan e Fiore, em *O meio é a mensagem*, as transformações das mídias relacionam-se, sobremaneira, com as nossas próprias mudanças de percepção:

Somos totalmente questionados por todos os meios. Eles são tão abrangentes em suas implicações pessoais, políticas, econômicas, estéticas, psicológicas, morais, éticas e sociais que não deixam nenhuma parte nossa intacta, inatingida, inalterada. O meio é a mensagem. Nenhum entendimento da mudança social e cultural é possível sem

saber de que forma as mídias operam como ambientes. Todas as mídias são extensões de alguma faculdade humana – psíquica ou física. (...) As mídias, alterando o ambiente, evocam em nós relações únicas de percepção sensorial. A extensão de qualquer dos sentidos altera a maneira como pensamos e agimos – a maneira como percebemos o mundo. Quando essas relações mudam, os homens mudam. (McLuhan e Fiore, 2018, p. 26, p. 41)

Os dois pesquisadores vão além, continuando (profeticamente?) essa linha de pensamento ao retomar um trecho de “Alice no País das Maravilhas”, de Lewis Carroll, onde temos retratado o diálogo entre o Rei, a Rainha de Copas e Alice, sobre o julgamento: a inversão da ordem do processo, onde primeiro viria a sentença, para depois encontrarmos o exame de provas. Resta-nos, nesse contexto, o questionamento: até que ponto temos visto, dentro dos ambientes das mídias digitais, o “julgamento de Alice” sendo performatizado em diversos campos da sociedade humana, incluindo, dentre eles, o literário?

Em “Hated in the Nation”, último episódio da terceira temporada da série “Black Mirror”, expõe-se o problema da homogeneização da opinião em mídias sociais de uma forma radical: nele, encontramos a investigação de uma sequência de assassinatos (que poderiam ocorrer através, inclusive, de “abelhas cibernéticas”, minidrones com avançados mecanismos de reconhecimento facial), cujas vítimas são elencadas através da *hashtag* “DeathTo” promovida em redes sociais. Ao final do episódio, descobrimos que essa prática consistia apenas como uma isca para identificar aqueles que postaram a *hashtag*, incitando o clima de ódio e crimes através das redes – esses eram o real alvo do criminoso. Ao mostrar, ainda que dentro do universo distópico, as perigosas consequências de responder ao “efeito manada” que pode permear as mídias sociais, o episódio faz com que o espectador reflita sobre a questão da manipulação da opinião através das mídias, que pode gerar resultados, como o sabemos, catastróficos em todos os campos.

Comecei esse trabalho através do uso de um clichê sobre a revolução tecnológica na introdução, e, depois de spoilers²³⁹ sobre alguns produtos culturais que encontramos hoje nas mídias digitais (peço desculpas caso alguém não tenha visto ainda a série *Black*

²³⁹ Spoilers – revelações sobre o enredo. Refere-se à prática de contar o enredo de algum livro, série, filme ou outro bem cultural para um espectador/ leitor que ainda não tenha visto/ lido a obra em questão.

Mirror), termino essa conclusão com uma prática relativamente comum ao cinema atual: as cenas pós-créditos, também chamadas de “secret ending” ou “credit cookie”²⁴⁰: algumas considerações sobre as novíssimas tecnologias de mídia que encontraremos em breve.

O primeiro caso, que certamente atrairá a atenção dos pesquisadores em um futuro próximo, é a utilização de mídias interativas combinadas com textos já existentes. O uso de realidade virtual, realidade aumentada e outras plataformas de interação, entre outros avanços tecnológicos, já têm sido testados em produções culturais. Novamente, as mídias interativas não constituem algo novo dentro do campo de produção cultural, e as modificações acontecem muito mais na forma como acontece a imersão do leitor/ espectador e aos dispositivos que os artistas passam a ter acesso²⁴¹.

Um exemplo recente dessa exploração é a utilização dessas novas tecnologias na montagem apresentada no IMPA (Instituto de Matemática Pura e Aplicada), na cidade do Rio de Janeiro, da peça “A Tempestade”, de William Shakespeare. Essa montagem integra, de acordo com o site do IMPA, teatro, cinema, realidade virtual e tecnologia de jogos, proposta pelo pesquisador Luiz Velho²⁴²:

Na versão da peça “The Tempest” feita pelo Visgraf, que desde 1989 estuda modelos matemáticos e computacionais para aplicação em novas mídias, atores, com equipamentos de realidade virtual e de captura de movimento, contracenam em cenários até tridimensionais. Segundo Velho, o experimento aponta para o futuro da mídia. Traz novos papéis para produtores, atores e participantes.

Às 18h, no auditório, convidados poderão experimentar, na prática, o que diz Velho. Em “VR Tour: After the Tempest”, será possível participar de uma experiência imersiva na peça de Shakespeare, usando óculos de realidade virtual. A visita será mapeada em computação gráfica e projetada, ao vivo, no auditório, onde os demais participantes estarão acompanhando a apresentação. (IMPA, 2019)

Certamente, a possibilidade de maior interação entre público e obra propostos pelas novas tecnologias interativas reconfigurarão, em questão de tempo, as noções de

²⁴⁰ Para saber mais: https://en.wikipedia.org/wiki/Post-credits_scene. Último acesso em: 12/07/2019, 14:40h.

²⁴¹ Como um exemplo da utilização dessas formas tecnológicas, podemos citar o uso desses recursos da pesquisa de Mimi Yin, na Universidade de Nova Iorque (NYU). Para saber mais: <https://www.youtube.com/watch?v=zdBIXYXjdN4>. Último acesso em: 12/07/2019, 15: 50h.

²⁴² Para saber mais: <https://impa.br/noticias/visgraf-apresenta-experimento-baseado-em-shakespeare/>. Último acesso em: 12/07/2019, 16:15h, <https://www.visgraf.impa.br/tempest/about/the-project/>, último acesso em: 16:19h.

obra, espectador/ leitor e a própria autoria, dada a perspectiva de fruição como um processo mais colaborativo entre os atores do campo.

É interessante, portanto, ponderar sobre a utilização mais frequente das mídias interativas em interseção com as já utilizadas mídias digitais como um possível campo de estudo para análises sobre bens culturais nos próximos anos. No entanto, essa não é a única inovação tecnológica que teremos para observar em breve. Outra forma de participação, consequente dos avanços dos estudos de inteligência artificial aplicada, também deve ocupar o nosso espaço de investigações: o uso da tecnologia *deep fake*.

O *Deep Fake* é o produto gerado por inteligência artificial a partir de técnicas de síntese de imagens e vozes²⁴³. O produto, basicamente, é um vídeo onde encontramos alguém falando/ fazendo algo que, de fato, não foi encenado pela pessoa. Utilizando essa tecnologia, um usuário poderia ser capaz, por exemplo, através da captação de imagens e falas de alguém (presentes, por exemplo, em redes sociais como *YouTube*), de forjar um vídeo com um falso discurso. Algumas produções mais sofisticadas conseguem gerar vídeos praticamente reais, onde nenhuma falha no processo de produção pode ser apontada. Obviamente, o aparecimento dos vídeos que utilizam esse tipo de tecnologia nos campos de cultura e política tem levantado discussões sobre a questão ética e seus possíveis desdobramentos, uma vez que vários deles envolvem celebridades, que constantemente têm sido alvo de *deep fakes* de cunho pornográfico, assim como políticos, proferindo discursos que não retratam suas posições ideológicas. Muitos foram banidos das redes sociais no momento, apesar de terem tido uma circulação massiva poucas horas após suas publicações. Alguns *deep fakes* que não possuem conteúdo considerado inapropriado, no entanto, têm sido veiculados em mídias sociais de vídeo, geralmente como paródias a cenas famosas de filmes e séries conhecidas ou como um alerta sobre o perigo que um usuário pode ter ao publicar um vídeo pessoal.

Aqui, interessa-nos a aplicação desse recurso como foi utilizado para a recriação do pintor Salvador Dalí, disposto de forma interativa ao público no *The Dalí Museum*, na Flórida. Resultado de um mapeamento de gestos e expressões do pintor realizados

²⁴³ Para saber mais: <https://tecnoblog.net/264153/o-que-e-deep-fake-e-porque-voce-deveria-se-preocupar-com-isso/>. Último acesso em: 12/07/2019, 16: 53h.

por inteligência artificial (foram pesquisados mais de 6.000 frames oriundos de vídeos antigos de Dalí, onde as máquinas selecionaram os melhores para poder compor a figura virtual fidedignamente), o pintor “interage” com os espectadores através de uma tela da altura real dele, dando explicações e até mesmo tirando “selfies” com o público (a foto pode ser direcionada, posteriormente, para o telefone do espectador, caso ele queira), conforme pode ser observado no vídeo de divulgação desse trabalho²⁴⁴.

Dele, podemos extrair algumas falas que são pertinentes ao nosso campo de estudo. Sobre a necessidade de se criar uma esfera de empatia entre um artista e seu público, algo que abordamos no primeiro capítulo como parte integrante do processo de construção de visibilidade de um autor em mídias digitais, Hank Hive, diretor do *The Dalí Museum*, observa:

As pessoas querem acessar a arte, elas querem um caminho para isso. Pode ser através da tecnologia, pode ser através da aprendizagem sobre o artista. Essa tecnologia permite que as pessoas imaginem, ainda que seja por um momento, na possibilidade da imortalidade. Ver Dalí vivo, novamente. O que isso agrega é uma sensação de emoção. Se eles conseguem criar empatia com esse homem como um ser humano, então podem se relacionar com a obra de uma forma muito mais direta, muito mais passional. (Hive, 2019)²⁴⁵

Parece-nos, portanto, que o caminho de se relacionar com o artista, ainda que seja mediado pelas mídias digitais ou interativas, é uma tendência para o público contemporâneo, e essas formas, esses “simulacros de encontros”, ainda serão largamente utilizados pelo mercado com o desenvolvimento de tecnologias que permitam isso – a aproximação do “real” através virtualidade, se é que isso é possível.

Tanto o crédito de abertura do vídeo, a última frase pública do pintor, datada de 1989, “Quando se é um gênio não se tem o direito de morrer, porque somos necessários ao progresso da humanidade²⁴⁶” quanto a fala dita por sua recriação virtual ao final “Eu

²⁴⁴ Para acessar o vídeo: <https://www.dailymotion.com/video/x79hzy9>. Último acesso em: 12/07/2019, 17:19h.

²⁴⁵ “People want access to art, they want a way in. It can be through technology, through learning about the artist. This technology allows people to imagine for a moment that there is such a thing as immortality. To see Dalí, alive again. What that ads is a sense of emotion. If they can empathize with this man as human being, then they can relate to the work much more directly, much more passionately”. (Tradução da autora)

²⁴⁶ “When you are a genius, you do not have the right to die, because we are necessary for the progress of humanity”. (Tradução da autora)

não acredito na minha morte. Você acredita?²⁴⁷” nos levam a refletir que, talvez, em um breve espaço de tempo, a morte de um artista não será mais a morte da possibilidade de interação com a imagem desse artista. A morte de um autor, dessa forma, não representará mais o fim das possibilidades de interação com a sua imagem, recriada eletronicamente através dos mecanismos de inteligência artificial. Se hoje já convivemos com um “simulacro de encontro” nas mídias digitais, aquilo que o próprio escritor edita e publica, em breve poderemos encontrar a sua imagem recriada por redes neurais artificiais. Talvez o autor, já morto enquanto sujeito empírico, nunca mais morra enquanto representação, e sua imortalidade estará para além de suas obras, estará na possibilidade de sua imagem virtual ser recriada. Nada mais coerente que, em um mundo de imagens, justamente elas estejam sendo reconfiguradas, revivificadas.

Logicamente, com a utilização de *deep fakes*, talvez encontremos, tal qual Alice em “Alice através do espelho”, quando supôs um outro mundo dentro dele, um outro mundo perante a tela do computador: um lugar onde assistiremos o fim da confiabilidade da imagem digital. Se a fotografia já tem sido alvo de desconfiança por conta do uso de programas com *Photoshop*, o *deep fake* já tem suscitado dúvidas com relação à veracidade dos vídeos presentes em mídias digitais. O uso dessa tecnologia pode colocar em xeque a questão da credibilidade da imagem no futuro próximo, mas, pensando mais profundamente em relação a elas, quando foi que começamos a tomar a representação de algo como confiável?

Não será esse um admirável mundo novo?

²⁴⁷ “I do not believe in my death. Do you?” (Tradução da autora)



Figura 32 - Recriação virtual de Salvador Dalí, exposta no The Dalí Museum.

Referências bibliográficas

A BOOKAHOLIC GIRL. **10 perfis literários para você seguir no instagram**. 5 fev. 2018. Disponível em: <<https://abookaholicgirl.wordpress.com/2018/02/05/10-perfis-literarios-para-voce-seguir-no-instagram/>>.

ACHADOS e lidos. Blog. Disponível em: <<http://www.achadoselidos.com.br/>>.

A GUERRADOSEO. **Infografico dados do instagram em 2017**. Disponível em: <<https://www.aguerradoseo.com.br/infografico-dados-do-instagram-em-2017/>>.

AGUIAR, Christiano, MAIA, Eduardo Cesar; ANDRADE, Fábio (org). **A crítica literária contemporânea e seu lugar no debate público de ideias**. (e-book) Rio de Janeiro: ABRALIC – Associação Brasileira de Literatura Comparada, 2018.

ALMEIDA, Carol. O estar presente como arma de leitura. **Suplemento Pernambuco**, Pernambuco, janeiro de 2019. p. 12-15.

AMAZON. **Conhecimento Best seller Brasileiro**. Disponível em: <<https://www.amazon.com.br/Tac-Absor%C3%A7%C3%A3o-Conhecimento-Best-seller-Brasileiro-ebook/dp/B075WNGZRH>>.

ANDRADE, Natalia Francis de. Vida Literária na web 2.0: uma análise panorâmica das recentes manifestações da crítica brasileira em rede. In: AGUIAR, Christiano; MAIA, Eduardo Cesar; ANDRADE, Fábio. (org). **A crítica literária contemporânea e seu lugar no debate público de ideias**. (e-book) Rio de Janeiro: ABRALIC – Associação Brasileira de Literatura Comparada, 2018. p. 89-102.

ASSIS BRASIL, Luiz Antonio de. Em meio à selva literária. Entrevista concedida a João Lucas Dusi. **Rascunho**, Curitiba, ed. 230, junho de 2019. Disponível em: <http://rascunho.com.br/em-meio-a-selva-literaria/?fbclid=IwAR1evJKvKDAyVQk_cWCBBeUTk3pF4tiMTelua7e_0O2KdDL3yuBfKl7w0Orc>. Acesso em: 09 jul. 2019.

A TRIBUNA. **Algoritmos podem enviesar internet, alerta especialistas**. Disponível em: <<http://www.atribuna.com.br/noticias/noticias-detalle/economia/algoritmos-podem-enviesar-internet-alertaespecialistas/?cHash=518d59b328166b9603703470fc8747c9>>.

AUTO PAPO. PAL-V: carro voador será vendido em 2019. 08 mar. 2018. Disponível em: <<https://autopapo.com.br/noticia/pal-v-carro-voador-2019/>>.

Az. **May the police force be with you**. Imagem color. Disponível em: <<https://external-preview.redd.it/xtjLoFQiia55qB93CXKx9alvHCtLL7g0GW2Iecymy94.jpg?s=c479fd768ddbbbc7228d143e44783ae73dc114aa>>.

BANKSY. **Mentira política.** Imagem color. Disponível em: <<https://i.pinimg.com/736x/1d/1b/b1/1d1bb18e59a4dbe960508b8d1a2d042a.jpg>>.

BELÉM, Euler de França. **O Globo acaba com o “Prosa”, o excelente suplemento de resenhas e ensaios.** Disponível em: <<https://www.jornalopcao.com.br/colunas-e-blogs/imprensa/o-globo-acaba-com-o-prosa-o-excelente-suplemento-de-resenhas-e-ensaios-44449/>>.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política:** ensaios sobre literatura e cultura. Tradução Sérgio Paulo Rouanet. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BLUMENTHAL, Thiago; CARNEIRO DO AMARAL, Glória. A ascensão do leitor e a angústia do artista. p. 44-58. In: AGUIAR, Christiano; MAIA, Eduardo Cesar; ANDRADE, Fábio (org). **A crítica literária contemporânea e seu lugar no debate público de ideias.** (e-book) Rio de Janeiro: ABRALIC – Associação Brasileira de Literatura Comparada, 2018.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte:** gênese e estrutura do campo literário. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

CALVINO, Ítalo. **Se um viajante numa noite de inverno.** Trad. Nilson Moulin. São Paulo: Planeta De Agostini, 2003.

CAMARGO, Gustavo. **7 dados sobre o instagram que vao te deixar sem palavras.** Disponível em: <<https://www.fatosdesconhecidos.com.br/7-dados-sobre-o-instagram-que-vao-te-deixar-sem-palavras/>>.

CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas.** Tradução de Ana Golderberger. São Paulo: Iluminuras, 2008. 2. ed. 2013.

CARR, Nicholas. **A geração superficial – o que a internet está fazendo com os nossos cérebros.** Tradução de Mônica Gaglioti Fortunato Friaça. Rio de Janeiro: Agir, 2011.

CARVALHO, Bernardo. Domesticação da literatura. **Blog do Instituto Moreira Salles.** 18/03/2015. Disponível em: <<https://blogdoims.com.br/domesticacao-da-literatura/>>. Acesso em: 01 jun. 2019.

CARVALHO, Bernardo. Em defesa da obra. **Revista Piauí – Folha de São Paulo.** São Paulo, Questões de literatura e propriedade, edição 62, novembro de 2011. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/em-defesa-da-obra/>>. Acesso em: 31 maio 2019.

CARVALHO, Janaína. Felipe Neto arrasta centenas de faz a bienal do livro. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/felipe-neto-arrasta-centenas-de-faz-a-bienal-do-livro.ghtml>>.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet. – reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2003.

CHARTIER, Roger. et al. **Práticas de leitura** (org). Iniciativa de Alain Paire. Tradução de Cristiane Nascimento. 5. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2011.

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

CHERUBIN, Felipe. **Fenômeno dos 'booktubers' difunde clássicos literários para público jovem.** Disponível em: <<https://alias.estadao.com.br/noticias/geral,fenomeno-dos-booktubers-difunde-classicos-literarios-para-publico-jovem,70001898464>>.

COELHO, Frederico. Leitores. **O Globo**, Rio de Janeiro, 05/07/2017. Coluna. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/leitores-21553197>>. Acesso em 11 ago. 2019.

COMPAGNON, Antoine. **O demônio da teoria: literatura e senso comum.** Trad. Cleonice Paes Barreto Mourão, Consuelo Fontes Santiago. 2 ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

CORRÊA LOBO, Rosana. Amores expressos e a patrulha literária. In: **Amores Expressos, narrativas do não-pertencimento.** Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Literatura, Cultura e Contemporaneidade na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: PUC, 2010. p. 36-43. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/16215/16215_4.PDF>.

COZER, Raquel. Tendência de autoficção coincide com fase de superexposição de escritores. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 7/12/2013. Ilustrada. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/12/1381961-tendencia-de-autoficcao-coincide-com-fase-de-superexposicao-de-escritores.shtml>>. Acesso em: 10 ago. 2019.

DANTO, Arthur C. **Após o fim da arte: a arte contemporânea e os limites da História.** Tradução de Saulo Krieger. São Paulo: Odysseus Editora, 2006.

DARTON, Robert. **A questão dos livros – passado, presente e futuro.** Tradução de Daniel Pellizari. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

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

DE LEONES, André. Entrevista concedida a Leandro Oliveira. 20/05/2008. Disponível em: <<https://blogdoandredeleones.blogspot.com/2008/05/entrevista-para-o-odissia-literaria.html>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

DOMINGOS, Pedro. Entrevista concedida ao jornal **O Estado de São Paulo**. Estado de São Paulo, São Paulo, Estadão Conteúdo. Compartilhado pelo Jornal **A Tribuna**, 31/12/2017. Disponível em: <<https://www.atribuna.com.br/2.713/algoritmos-podem-enviesar-internet-alertam-especialistas-1.40999>>. Acesso em: 26 jun. 2019.

DREAMGROW. **Top 15 most popular social networking**: sites and apps. Disponível em: <<https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/>>.

DUCCI, João Lucas. **Em meio à selva literária**. Disponível em: <http://rascunho.com.br/em-meio-aselvaliteraria/?fbclid=IwAR1evJKvkDAyVQkcWCBeUTk3pF4tiMTelua7e_002KdDL3yuBfKI7w0Orc>.

ENCONTRO de leitores. Disponível em: <<http://encontreleitores.com/index.php>>.

ÉPOCA. **Tecnologia não cura angústia**. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Mente-aberta/noticia/2012/07/tecnologia-nao-cura-angustia.html>>

EPSTEIN, Jason. **O negócio dos livros**. Trad. de Zaida Maldonado. Rio de Janeiro: Record, 2002.

ESTANTE virtual. **No dia do escritor livros sobre a arte de escrever**. Disponível em: <<http://blog.estantevirtual.com.br/2012/07/25/no-dia-do-escritor-livros-sobre-a-arte-de-escrever/>>.

ESTRELANDO. **George R. R. Martin reassegura seus fãs: não estou morto ainda!** Disponível em: <<http://www.estrelando.com.br/nota/2016/03/10/george-martin-reassegura-seus-fasnao-estou-morto-ainda-202199.html/foto-1>>.

FELTRIN, Tatiana. **Book Talk #3: Afinal, quem tem cacife para falar sobre Literatura?** Vídeo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YrOGE_DVJHM>.

_____. **A peste, Albert Camus**. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UBT2Ybj3Fpg>>.

_____. **Cem anos de solidão, Gabriel García Márquez**. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=e3TUrdbiWq8>>.

_____. **Morte em Veneza/ Tönio Kroger, Thomas Mann**. Vídeo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_8DpUqg80s0>.

_____. **Tiny Little Things**. Disponível em: <<http://www.tatianafeltrin.com/>>.

FERRARI, Bruno. Selfies já matam mais humanos do que ataques de tubarões. **Revista Época**. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/vida/experiencias-digitais/noticia/2015/09/selfies-ja-matam-mais-humanos-do-que-ataques-de-tubaroes.html>>.

FERREIRA, Eloise. **Autor 24 horas**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Literatura, Cultura e Contemporaneidade na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: PUC, 2013.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Os crimes do texto**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

_____. **Mercado de bens simbólicos e interseção dos campos artísticos na cultura midiática**. Anais da COMPÓS – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília, junho de 2015. Cultura das Mídias. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-ffd5c3e3-6343-48e1-aa89-94de1d98c4e3_2823.pdf>. Acesso em: 02 ago. 2019.

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

_____. O mal-estar da crítica: diluição das esferas de competência e estéticas do uso. In: OLINTO, Heidrun Krieger; SCHØLLHAMMER, Karl Erik; SIMONI, Mariana (orgs). **Literatura e artes na crítica contemporânea**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2016, p. 313-325.

FOER, Franklin. **O mundo que não pensa**. Trad. de Débora Fleck. Rio de Janeiro: Leya, 2018.

FOLHA DE SÃO PAULO. Em defesa da obra. **Piauí**, ed. 62, nov. 2011. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/em-defesa-da-obra/#>>.

_____. **Medo da crítica negativa prejudica a literatura, escreve autora**. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2018/08/medo-da-critica-negativa-prejudica-a-literatura-escreve-autora.shtml>>.

_____. **Respostas de diana Klinger**. Ilustríssima. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2014/02/1415873-respostas-de-diana-klinger.shtml>>.

FOUCAULT, Michel. **O que é um autor?** In. Estética: literatura e pintura, música e cinema, volume 3. Organização: Manoel Barros de Motta. Trad. Inês Autran Dourado. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

FRANÇA, Vera. Celebidades: identificação, idealização ou consumo? In: FRANÇA, Vera; FREIRE FILHO, João; LANA, Lígia; SIMÕES, Paula (org). **Celebidades no século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014.p. 15-36.

FRANZEN, Jonathan. A tecnologia não cura a angústia. Entrevista concedida a Luís Antônio Giron. **Revista Época**. Rio de Janeiro, 04/07/2013. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/ideias/noticia/2013/07/bjonathan-franzenb-tecnologia-nao-cura-angustia.html>>. Acesso em: 19 mai. 2019.

FREIRE FILHO, João. A “neurose da exibição” na era do reclame. In: FRANÇA, Vera; FREIRE FILHO, João; LANA, Lígia; SIMÕES, Paula (org). **Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 37-70.

FREIRE, Marcelino. Entrevista concedida ao Jornal Rascunho. **Rascunho**. Curitiba, janeiro de 2019, n. 225. Paiol Literário. p. 6-9.

G1. **Instagram ultrapassa os 500 milhões de usuários**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/instagram-ultrapassa-os-500-milhoes-de-usuarios.html>>

GALVÃO, Pedro. **Quem são os booktubers e influenciadores que agitam o mercado de livros**. Disponível em: <<https://www.uai.com.br/app/noticia/artes-e-livros/2018/08/12/noticias-artes-e-livros,232255/quem-sao-os-booktubers-e-influenciadores-que-agitam-o-mercado-de-livro.shtml>>. Acesso em:

GLOBO.com. **Chico Buarque compra baguetes para o lanche da tarde**. Ego. Disponível em: <<http://ego.globo.com/Gente/Noticias/0,,MUL1363727-9798,00-CHICO+BUARQUE+ COMPRA+BAGUETES+PARA+O+LANCHE+DA+TARDE.html>>.

GOGONI, Ronaldo. **O que é deep fake e porque você deveria se preocupar**. Tecnoblog. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/264153/o-que-e-deep-fake-e-porque-voce-deveria-se-preocupar-com-isso/>>.

GOMES, Igor. Do que tem tratado a crítica acadêmica? **Suplemento Pernambuco**. Pernambuco, maio de 2017. Disponível em: <<http://www.suplementopernambuco.com.br/artigos/1859-do-que-tem-tratado-a-critica-academica.html>>. Acesso em: 03 abr. 2019.

GOMES, Renato Cordeiro. Recordações da casa dos mortos: crise da crítica, perigo ou oportunidade, (ou Uma ligeira brigada). In: OLINTO, Heidrun Krieger; SCHØLLHAMMER, Karl Erik; SIMONI, Mariana (orgs). **Literatura e artes na crítica contemporânea**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2016, p. 299-311.

GOMES, Renato Cordeiro; MARGATO, Izabel (org.). **O papel do intelectual hoje**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

GRAY, John. **O que orienta nossos gostos em uma era digital?** Disponível em: <<http://www.blogdacompanhia.com.br/conteudos/visualizar/O-que-orienta-nossos-gostos-em-uma-era-digital>>.

HOLANDA, Lorival. Reconsiderando a crítica literária. **Revista FronteiraZ**, São Paulo, n. 8, julho de 2012. Disponível em: <<https://www.pucsp.br/revistafrenteiraz/download/pdf/ConvidadoLorivalHolanda-versaofinal.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2019.

HOLDEFER, Camila Von. Medo da crítica negativa prejudica a literatura, escreve autora. **Folha de São Paulo**. São Paulo, Ilustríssima, 12 de agosto de 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2018/08/medo-da-critica-negativa-prejudica-a-literatura-escreve-autora.shtml>>. Acesso em: 01 jun. 2019.

HOMO LITERATUS. **5 livros para quem deseja aprender a escrever ficção**. Disponível em: <<http://homoliteratus.com/guia-de-sobrevivencia-5-livros-para-quem-deseja-aprender-a-escrever-ficcao/>>.

_____. É um veículo online que fala de literatura de um jeito simples, mas com conteúdo, em busca da não elitização. Disponível em: <<https://homoliteratus.com/>>.

_____. **Misteriosa geração de escritores que não querem ler**. Disponível em: <<http://homoliteratus.com/misteriosa-geracao-de-escritores-que-nao-querem-ler/>>.

HYPENESS. **Primeiro livro do estudante desaparecido do acre será finalmente lançado em evento fechado**. Disponível em: <<http://www.hypeness.com.br/2017/07/primeiro-livro-do-estudante-desaparecido-do-acre-sera-finalmente-lancado-em-evento-fechado/>>.

IMPA. **Visgraf apresenta experimento baseado em Shakespeare**. Disponível em: <<https://impa.br/noticias/visgraf-apresenta-experimento-baseado-em-shakespeare/>>.

INSTAGRAM. Subway book review. Book reviews from the underground. Disponível em: <<https://www.instagram.com/subwaybookreview/>>.

_____. Subway book review. Mexico City. Disponível em: <[Mexicohttps://www.instagram.com/p/Bj7X6f3hC5E/](https://www.instagram.com/p/Bj7X6f3hC5E/)>.

_____. Subway book review. Brooklyn, New York. Disponível em: <[Dhttps://www.instagram.com/p/BjpuO1vBYB7/](https://www.instagram.com/p/BjpuO1vBYB7/)>.

_____. Subway book review. Times Square 42nd St. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BgePIq7Ao-M/>>.

_____. Achados e Lidos. Perfil. Disponível em: <<https://www.instagram.com/achadoselidos/>>.

_____. Achados e Lidos 1. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Bk0uUa4nH-f/>>.

_____. Achados e Lidos 2. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BktEvm6Hqf9/>>.

_____. Achados e Lidos. **Achadoselidos hoje**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BIEIjcznywE/>>.

INSTAGRAM. Homo Literatus. Perfil. Disponível em: <<https://www.instagram.com/homoliteratus/>>.

_____. Homo Literatus. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BXEfEfKA3pn/>>.

_____. Homo Literatus. Escritores hispano-americanos e algumas de suas obras que você pode adorar conhecer. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BW2OhqtAwAL/>>.

_____. Livrogram. Perfil. Disponível em: <<https://www.instagram.com/livrogram/>>.

_____. Livrogram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BZHuvZkntau/>>.

_____. Bookcvlt. Perfil. Disponível em: <<https://www.instagram.com/bookcvlt/>>.

_____. Bookcvlt. **The Prince (1952).** Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BDmBNOEyGnd/>>.

_____. Bookcvlt. **Do Androids Dream of Electric Sheep? (2007).** Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BL1Z98kAACj/>>.

_____. Encontro de Leitores. Perfil. Disponível em: <<https://www.instagram.com/encontrodeleitores/>>.

_____. Encontro de Leitores. Copa Literária, disputa 7. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BIgyAugH0sn/>>.

_____. Encontro de Leitores. A bibliotecária de Auschwitz - Antonio G. Iturbe. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BjDxuFVnFcL/>>.

_____. Darnius. Perfil. Disponível em: <<https://www.instagram.com/darnius/>>.

_____. Darnius. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Bh9ZUNwIVil/>>.

_____. _____. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BiOS09YFa5M/>>.

_____. Um livro por dia. Perfil. Disponível em: <<https://www.instagram.com/umlivropordia/>>.

_____. Um livro por dia. As Horas Nuas, Lygia Fagundes Telles. Imagem. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BhwG3FiHpjy/>>.

_____. Grifei num livro. Perfil. Disponível em: <<https://www.instagram.com/grifeinumlivro/>>.

INSTAGRAM. Grifei num livro. Dom Quixote. Miguel de Cervantes. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bf_XPvMFpOR/>.

_____. Grifei num livro. Liberdade, liberdade. Millôr Fernandes e Flávio Rangel. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BhR_gdCIY-3/>.

_____. Chimamanda Ngozi Adichie. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BIPWxf2g42u/>>.

_____. Me indica um livro. Disponível em: <<https://www.instagram.com/meindicaumlivro/>>.

_____. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BXD4500gbWn/>>.

_____. Me indica um livro. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BVDIcGKAHCx/>>.

_____. Fictional Instagram Feeds. Disponível em: <<https://instafiction.tumblr.com/>>.

INTRINSECOS. Blog. Disponível em: <<https://blog.intrinsecos.com.br/>>.

ITAÚ CULTURAL. **O Valor da Crítica (Luis Antônio Giron) - III Seminário de Jornalismo Cultural (2010).** Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Wi8sfcvEJqo>>.

JACKSON, Josh David. **Streaming Screens:** YouTube and redefining cultural production. Tese de Doutorado em Filosofia na Universidade Wiscosin-Madison, 2013. Disponível em: <<https://search.proquest.com/pqdtglobal/docview/1440134359/8B8BA793E2449D6PQ/20?accountid=26649>>. Acesso em: 15 out. 2018.

JAY, David Bolter. **Writing Space:** the computer, hypertext and the history of writing. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1991.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura de conexão:** criando valor e significado através da mídia propagável. Tradução de Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Trad. Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JUNIOR, Dilson. Confira as sessões de autógrafos mais aguardadas da bienal 2017. Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/cidades/confira-as-sessoes-de-autografos-mais-aguardadas-da-bienal-2017/>>.

KLINGER, Diana. Respostas de Diana Klinger. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 23/02/2014. Ilustríssima. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2014/02/1415873-respostas-de-diana-klinger.shtml>>. Acesso em: 10 ago. 2019.

LAMEIRA, Daniel. **Livros e Youtube**. Blog. Disponível em: <<https://medium.com/@lameira/livros-e-youtube-984bf481cc87>>.

LEJEUNE, Phillip. **O pacto autobiográfico – de Rousseau à Internet**. Trad. De Jovita Maria Gerheim Noronha e Maria Inês Coimbra Guedes. Belo Horizonte: ED. UFMG, 2008.

LER ANTES DE MORRER. **Agosto, Rubem Fonseca (#199)**. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EQWIb5S3Osw>>.

_____. **Bartleby, o escrivão, Herman Melville (#147)**. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1cpyGNPnCQs>>.

_____. **Lolita, Vladimir Nabokov (#177)**. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UtbFgG5IAPU>>.

LIDOLEND. **Cordilheira” – Daniel Galera – Resenha**. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XlsaU0OJsSM>>.

_____. **A noite devorou o mundo – Pit Agarmem – Resenha**. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EsKzwYCM5X4>>.

_____. **Stoner – John Williams – Resenha**. Vídeo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qL9kwh_4HqQ>.

LÍSIAS, Ricardo. Entrevista concedida a Daniel de Mesquita Benevides, **Revista Brasileiros**, ed. 74. Disponível em: <<https://artebrasileiros.com.br/cultura/ricardo-lisias-e-a-profissionalizacao-do-escriptor/>>. Acesso em: 08 ago. 2018.

_____. Entrevista concedida a Mariana Filgueiras. **O Globo**, Rio de Janeiro, 09/04/2015. Cultura. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/livros/depois-da-histeria-causada-pelo-romance-divorcio-ricardo-lisias-reune-contos-em-concentracao-15814545>>. Acesso em: 04 set. 2018.

LITERATURE-SE. **Respondendo sobre #1 | Parceria com editoras**. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hT5i68ACjuU>>.

_____. **Americanah, de Chimamanda Ngozi Adichie**. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Q-ycsbyrBnI>>.

_____. **Como os booktubers ganham – publieditoriais, permutas, afiliações e adsense**. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bhU6FVwG7mg>>.

LITERATURE-SE. **Quarto de despejo, de Carolina Maria de Jesus.** Vídeo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7uo_pNGNttg>.

_____. **Sono, de Haruki Murakami.** Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KFTy4Nj2Ri0>>.

LIVRADA! **Art. 157: Como a Amazon Ganha Dinheiro?** Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=CT7avXVncro>>.

_____. **Ep. #123: Leitores sensíveis?** Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=NxKrwel7pNY>>.

_____. **Ep. #161: Enquanto os Dentes, de Carlos Eduardo Pereira.** Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=uL7KEYPQmmE>>.

_____. **S02E16: O Senhor das Moscas, de William Golding.** Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=x5eoyABkB4A&t=179s>>.

_____. **S02E29: TAG original #LULALEITOR.** Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-MzLQZhseAA>>.

_____. **S02E45: O sol na cabeça, de Geovani Martins.** Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bb5qeYVgbx0>>.

LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo – uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura.** Tradução de Ivone Benedetti. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

LOUCURA por leituras. 10 Instagrams literários para você se inspirar. Disponível em: <<https://loucura-por-leituras.blogspot.com/2016/09/10-instagram-literarios-para-voce-se.html>>.

LOURENÇO, João. **O artista está presente.** Blog da companhia. Disponível em: <<http://www.blogdacompanhia.com.br/conteudos/visualizar/O-artista-esta-presente>>.

MALINI, Fabio. **A crítica 2.0 e a impossibilidade do pensamento único na internet.** Entrevista concedida a Diego Viana, do Valor Econômico. 11/02/2011. Disponível em: <<http://fabiomalini.com/redes-e-midias-sociais/a-critica-2-0-e-a-impossibilidade-do-pensamento-unico-na-internet/>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

MANGUEL, Alberto. **O leitor como metáfora: o viajante, a torre e a traça.** Tradução de José Geraldo Couto. São Paulo: Edições SESC São Paulo, 2017.

MARCHETTO, Artur. **As dores e os prazeres do “achismo” na crítica literária.** Disponível em: <<http://www.aescotilha.com.br/literatura/contracapa/as-dores-e-os-prazeres-do-achismo-na-critica-literaria/>>.

MASINA, Léa, LANGER, Daniela, JACOBSEN, Rafael Bán, ROSP, Rodrigo (org). **Por que ler os contemporâneos? Autores que escrevem o século XXI**. Porto Alegre: Dublinense, 2014.

MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin, organização AGEL, Jerome. **O meio é a mensagem**. Tradução de Sergio Flaksman. São Paulo: Ubu, 2018.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 2007.

MELO MIRANDA, Wander. A crítica literária e as atuais relações de leitura e escrita. **Suplemento Pernambuco**. Pernambuco, s.d. Disponível em: <<http://www.suplementopernambuco.com.br/edições-anteriores/77-capa/2113-a-crítica-literária-e-as-atuais-relações-de-leitura-e-escrita.html>>. Acesso em: 25 mai. 2019.

METAFILTER. **Userdriven discontent**. Disponível em: <<https://www.metafilter.com/95152/Userdriven-discontent#3256046>>.

MIELLI, Renata. **Facebook: 2 bilhões de usuários e um projeto para dominar o mundo**. Disponível em: <<http://www.redebrasilatual.com.br/blogs/blog-na-rede/2017/07/facebook-2-bilhoes-de-usuarios-e-um-projeto-para-dominar-o-mundo>>.

MIRANDA, Wander Melo. **A crítica literária e as atuais relações de leitura e escrita**. Disponível em: <<http://www.suplementopernambuco.com.br/edições-anteriores/77-capa/2113-a-crítica-literária-e-as-atuais-relações-de-leitura-e-escrita.html>>.

MOLE, Tom. **Byron's Romantic Celebrity. Industrial Culture and the Hermeneutic of Intimacy**. Nova Iorque: Palgram Macmillian, 2007.

NAZARIAN, Santiago. **Jardim Bizarro**. Blog. Disponível em: <<http://santiagonazarian.blogspot.com/2018/08/adicionar-legenda-voltei-para-sao-paulo.html>>.

NEM TUDO é ficção. **Clube de assinaturas**. Disponível em: <<https://nemtudoeficcao.com.br/clube-de-assinaturas/>>.

NEVES, Jefferson; LIMA, Raquel. **Retratos do campo da crítica literária brasileira contemporânea**. In: Congresso Internacional ABRALIC 2018, Circulação, tramas e sentidos na Literatura, julho – agosto de 2018, p. 248 – 259. Disponível em: <http://www.abralic.org.br/anais/arquivos/2018_1547473658.pdf>. Acesso em: 28 mai. 2019.

O GLOBO. **Depois da histeria causada pelo romance/divorcio, Ricardo Lisias reúne contos em concentração**. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/livros/depois-da-histeria-causada-pelo-romance-divorcio-ricardo-lisias-reune-contos-em-concentracao-15814545>>.

OLINTO, Heidrun Krieger; SCHØLLHAMMER, Karl Erik; SIMONI, Mariana (orgs). **Literatura e artes na crítica contemporânea**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2016.

OLIVEIRA, Bruno Lima. **O retorno do autor na literatura contemporânea**. In: II Simpósio Internacional de Letras e Linguística, 2009, Uberlândia. Anais do Silel, 2009. Disponível em: <http://www.ileel.ufu.br/anaisdosilel/pt/arquivos/gt_lt16_artigo_5.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2019.

OLIVEIRA, Nelson de. A irrelevância da crítica literária. **Jornal Rascunho**. Curitiba, novembro de 2018, Coluna Simetrias Distonantes, p. 19.

OLIVEIRA, Sayonara Amaral de. **Paulo Coelho.com: um estudo sobre a recepção nos blogs do escritor**. Salvador: EDUFBA, 2015.

ORESTEIN, José. **O que é direito ao esquecimento. E qual é o debate em torno do tema**. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/06/13/O-que-é-direito-ao-esquecimento.-E-qual-é-o-debate-em-torno-do-tema>>.

PANACEIA. **Clube**. Disponível em: <https://www.panaceiaclube.com.br/pagina_inicial>.

_____. **Manifesto**. Disponível em: <<https://www.panaceiaclube.com.br/manifesto>>.

PARISIER, Eli. **O filtro invisível. O que a internet está escondendo de você**. Trad. Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. Edição eletrônica disponível no Kindle.

PERNANBUCO. Suplemento cultural do Diário Oficial do Estado. **Artigos**. Disponível em: <<http://www.suplementopernambuco.com.br/artigos.html>>.

_____. Suplemento cultural do Diário Oficial do Estado. **Por que ler juntos?** Como as experiências coletivas de leituras podem influir na sociedade. Disponível em: <http://www.suplementopernambuco.com.br/images/pdf/PE_155_web.pdf>.

PERRONE-MOISÉS, Leyla. **Mutações da Literatura no século XXI**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

PESCHEL, Sabine. **Como os booktubers estão mudando o mercado literário**. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/cultura/como-os-booktubers-estao-mudando-o-mercado-literario-4062.html>>.

PIGLIA, Ricardo. **O último leitor**. Trad. Heloisa Jahn. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

PLANO CRITICO. Disponível em: <<https://www.planocritico.com/>>.

PORTES, Alejandro. **Capital social:** origens e aplicações na sociologia contemporânea. *Sociologia, Problemas e Práticas*, Oeiras, n. 33, p. 133-158, set. 2000. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292000000200007&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 05 jul. 2018.

PRIMO, Alex. Existem celebridades da e na blogosfera? Reputação e renome em blogs. São Paulo: **Revista Líbero**, n. 24, 2009. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Existem-celebridades-da-e-na-blogosfera.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

PUREBREAK. **Booktubers 6 canais sobre livros no youtube para você acompanhar.** Disponível em: <<https://www.purebreak.com.br/noticias/booktubers-6-canais-sobre-livros-no-youtube-para-voce-acompanhar/87229>>. Acesso em:

QUAN-HAASE, Anabel; WELLMAN, Barry. How does the Internet Affect Social Capital. In: HUYSMAN, Marleen; WULF, Volker. **Social Capital and Information Technology**. Cambridge, MA: The MIT Press, 2005. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/2589082_How_does_the_Internet_Affect_Social_Capital>. Acesso em: 22 jul. 2018.

QUATRO CINCO UM. Perfil do Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/revistaquatrocincoum/>>.

R. Rafael. **Então, você quer ser crítico literário? (1)** Disponível em: <<https://blogcasmurros.blogspot.com/2011/05/entao-voce-quer-ser-critico-literario-1.html>>.

RASCUNHO. **O jornal de literatura do Brasil.** Disponível em: <<http://rascunho.com.br/>>.

RECUERO, Raquel. O capital social em rede: como as redes sociais na internet estão gerando novas formas de capital social. **Contemporânea, Comunicação e cultura**. v. 10, n. 3, set- dez 2012, p. 597-617.

RESENDE, Beatriz. O prazo de validade da crítica literária. In: OLINTO, Heidrun Krieger; SCHØLLHAMMER, Karl Erik; SIMONI, Mariana (orgs). **Literatura e artes na crítica contemporânea**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2016. p. 57-70.

REVISTA BULA. **21 perfis do instagram para apaixonados por livros.** Disponível em: <<https://www.revistabula.com/4895-21-perfis-do-instagram-para-apaixonados-por-livros/>>.

REVISTA GALILEU. **8 canais literários brasileiros que você precisa conhecer.** Disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/blogs/estante-galileu/noticia/2016/03/8-canais-literarios-brasileiros-que-voce-precisa-conhecer.html>>.

REVISTA PESSOA. **A revista que fala a sua língua.** Disponível em: <<https://www.revistapessoa.com/>>.

RODRIGUES, Maria Fernanda. **Reflexões sobre uma revolução**. Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,reflexoes-sobre-uma-revolucao,1012206>>.

RODRIGUES, Sérgio. **Polêmica expressa**. Disponível em: <<http://todoprosa.com.br/polmica-expressa/>>.

ROSA, Victor. **Literatura anã**. Disponível em: <<https://culturaebarbarie.wordpress.com/2012/11/27/literatura-ana-por-victor-da-rosa/>>.

SCHIFFRIN, André. **O negócio dos livros: como as grandes corporações decidem o que você lê**. Tradução de Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

SIBILA. **Revista de poesia e crítica literária**, a. 19. Disponível em: <<https://sibila.com.br/>>.

SIBILIA, Paula. **O show do eu – a intinidade como espetáculo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SIGNIFICADOS. **Significado de fanfic**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/fanfic/>>.

_____. **Significado de timeline**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/timeline/>>.

SILVA, Renata Prado Alves. **BookTube: Livros e Leitura em Vlogs no YouTube**. São Paulo: Artigo apresentado no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1079-1.pdf>>. Acesso em: 12 jul. 2018.

SOUZA, Eneida Maria de. **Crítica literária e formas massivas de acessar literatura**. **Suplemento Pernambuco**, Pernambuco, Artigo, julho de 2018. Acesso em: 07 abr. 2019.

_____. **Crítica Cult**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

_____. **Crítica literária e formas massivas de acessar literatura**. Disponível em: <<https://suplementopernambuco.com.br/artigos/2114-critica-literaria-e-formas-massivas-de-acessar-literatura.html>>.

SUPPORT GOOGLE. **Formatos de publicidade do Youtube**. Disponível em: <<https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=pt-BR>>.

TAG. **Experiências literárias**. Disponível em: <<https://taglivros.com/>>.

TECMUNDO. **O que é pixel?** Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/imagem/203-o-que-e-pixel-.htm>>.

TECMUNDO. **O Youtube em números.** Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/youtube/5810-o-youtube-em-numeros.htm>>.

_____. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/131503-instagram-tem-1-bilhao-usuarios-ativos-/mes.htm>>.

TED. **Eli Pariser:** Tenha cuidado com os "filtros-bolha" online. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWfx525s>>.

TERRA. **Caetano estaciona carro no Leblon nesta quinta-feira.** Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/gente/caetano-estaciona-carro-no-leblon-nesta-quinta-feira,41d3399ae915a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>.

_____. **Há dez anos big brother faz sucesso em mais de 40 países.** Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/tv/ha-dez-anos-big-brother-faz-sucesso-em-mais-de-40-paises,d7e9a91b1dd8a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>.

THE DALI MUSEUM. **Behind the Scenes:** Dali Lives. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BIDaxl4xqJ4>>.

THE TEMPEST. **The Project.** Disponível em: <<https://www.visgrafimpa.br/tempest/about/the-project/>>.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação em massa.** 6. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

_____. **Mercadores de cultura: o mercado editorial no século XXI.** Tradução Alzira Allegro. São Paulo: Editora UNESP, 2013.

TODOROV, Tzvetan. **A Literatura em Perigo.** Tradução de Caio Meira. Rio de Janeiro, DIFEL, 2009.

TRINDADE, Debora. **Booktubers: como o Youtube está revolucionando o mercado literário.** Disponível em: <<https://www.digai.com.br/2015/08/booktubers-como-o-youtube-esta-revolucionando-o-mercado-literario/>>.

TUMBLR. **Fictional Instagram feeds.** Instagram feeds curated by fictional characters. Disponível em: <<https://instafiction.tumblr.com/>>.

VEJA. **Expulsão de Marcos rende melhor audiência ao BBB em 2 anos.** Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/expulsao-de-marcos-rende-melhor-audiencia-ao-bbb-em-2-anos/>>.

VIOLA, Alan Flávio (org). **Crítica Literária contemporânea.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

VIVO GURU. **Carro voador:** entenda em que fase a tecnologia está. Disponível em: <<https://www.vivotech.com.br/carro-voador/>>.

WAKKA, Wagner. **Youtube já tem mais de 18 bilhao de usuários ativos por mês.** Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/youtube-ja-tem-mais-de-18-bilhao-de-usuarios-ativos-por-mes-113174/>>.

WIKIPEDIA. **Post-credits scene.** Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Post-credits_scene>.

WOODMANSEE, Martha. **The author, art, and the market:** rereading the history of aesthetics. NY: Columbia University Press, 1994.

ZACCA, Rafael. **A crítica que julga não é a crítica que lê.** Publicação virtual disponível em: <<https://escamandro.wordpress.com/2019/06/19/xantoa-critica-que-julga-nao-e-a-critica-que-le-por-rafael-zacca/>>, publicada em 19/06/2019. Acesso em: 25 jun. 2019.

_____. **Xantoa – critica que julga não e a critica que lê.** Disponível em: <<https://escamandro.wordpress.com/2019/06/19/xantoa-critica-que-julga-nao-e-a-critica-que-le-por-rafael-zacca/>>.