

BookTubers

Performances e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade *booktube*



Tauana Jeffman
2017

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL DOUTORADO

TAUANA MARIANA WEINBERG JEFFMAN

BOOKTUBERS:

Performances e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade *booktube*

SÃO LEOPOLDO

2017

Tauana Mariana Weinberg Jeffman

BOOKTUBERS:

Performances e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade *booktube*

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação, pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Orientador(a): Profa. Dra. Jiani Adriana Bonin

São Leopoldo

2017

J45b Jeffman, Tauana Mariana Weinberg.

Booktubers: performances e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade booktube / Tauana Mariana Weinberg Jeffman. – 2017.

393 f.: il. ; 30 cm.

Tese (doutorado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação, 2017.

“Orientador(a): Profa. Dra. Jiani Adriana Bonin.”

1. Booktubers. 2. Comunidade. 3. Leitores. 4. Livros.
5. YouTube. I. Título.

CDU 659.3

Tauana Mariana Weinberg Jeffman

BOOKTUBERS:

Performance e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade *booktube*

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação, pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Aprovado em 03 de março de 2017

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Jiani Adriana Bonin – UNISINOS

Prof. Dr. Fabrício Lopes da Silveira – UNISINOS

Prof. Dr. Gustavo Fischer – UNISINOS

Profa. Dra. Graziela Soares Bianchi – UEPG

Profa. Dra. Sandra Rúbia da Silva – UFSM

Dedico esta tese à minha mãe.
Aquele que é minha melhor amiga,
que vê o melhor que há em mim.
Aquele que está ao meu lado em todos os momentos,
que me apoia quando preciso,
que se orgulha daquilo que conquisto
e me ensina a ser forte.
É uma honra ser filha de uma mulher tão extraordinária,
que é minha fonte inesgotável de amor.

AGRADECER

No Dicionário Aurélio, agradecer significa manifestar gratidão. Um amigo certa vez me disse que agradecer é lembrar que ninguém cresce sozinho. No momento que me encontro hoje, penso que agradecer é lembrar que ninguém enfrenta as dificuldades, supera os obstáculos e vence as batalhas sozinho. Confesso aqui que o doutorado foi uma batalha, na qual eu queria estar. Batalha contra quem, você me pergunta? Em um primeiro momento, o inimigo era eu. Era essa minha velha mania de achar que não sou digna das minhas conquistas, que sempre deixo a desejar. Em outro momento, o inimigo se corporificou. Ganhou forma, nome, atitude e me acertou eu cheio. Eu caí. Meus joelhos tocaram o chão. Quando levei a mão à boca e vi o sangue resultante do golpe desferido, eu pensei em desistir. Pensei em ficar ali mesmo, no chão. Depois pensei em largar a espada, levantar as mãos e proclamar: eu não consigo.

Mas antes que eu decretasse derrota, percebi que não estava sozinha. Neste momento, minha família, meus amigos e professores me estenderam a mão. Me levantaram e enxugaram as minhas lágrimas. Eu conseguiria concluir esse percurso. Eu ainda não acreditava nisso. Eles sim. Por isso, ao final destes quatro anos, sou tomada de gratidão. Gratidão a mim, por ter parado de chorar, respirado e seguido em frente; mas, principalmente, gratidão àqueles que me ampararam e me impulsionaram a ir além. Assim, necessito agradecer.

Agradeço à minha mãe pelo simples fato de existir. Os lugares se iluminam quando ela chega. Ela traz luz, calor, cor e alegria para a minha vida. Durante o doutorado, minha mãe enfrentou a pior batalha da sua vida. Fez a minha parecer brincadeira de criança. Mostrou-me o quão forte ela poderia ser, sendo grata até mesmo pelas dores da vida. Com elas vem o aprendizado e o crescimento. Minha mãe é mais do que a pessoa que me gerou. É quem nutre em mim a esperança por dias melhores. Que cultivava amor todos os dias.

Agradeço à minha irmã Marília, o melhor presente que meus pais me deram. Minha irmã emana energia, bondade, generosidade. É minha companheira, a primeira que segura meu braço quando as minhas pernas fraquejam. Não somos ligadas apenas pelo sangue, somos ligadas pela alma e pelo espírito. Minha irmã torna a minha vida mais divertida, não me deixa rir sozinha. É testemunha ocular da minha história; e eu, da dela. É a pessoa que eu amei antes mesmo dela existir.

Agradeço ao meu pai pelas sábias palavras que sempre me oferta, por me mostrar que o conhecimento adquirido é o único bem que nos pertence. Conquistas materiais podem sumir de um dia para o outro, mas aquilo que aprendemos, não. Sou grata por pertencer a esta família; por, ao acordar, ouvir suas vozes conversando e pensar: esse é o meu lugar.

Agradeço aos amigos. A família que escolhi. Ao Mateus Vilela por seu meu amigo e confidente desde o mestrado, por ser a pessoa que melhor sabe o momento que estou vivendo, sendo ele também um doutorando. Nesta trajetória, Mateus foi meu apoio; e eu lhe ofereci o meu. Com ele eu conseguia rir quando pensava: e a tese? Com ele eu voltei a lembrar porque decidi fazer doutorado. Recordei que pesquisar, ler e escrever me faz extremamente feliz. Mateus me mostra que, no decorrer dos caminhos que traçamos, o que importa são as pessoas.

Agradeço a Tatiane Marks, minha amiga que insiste em tomar um café comigo entre uma ida à biblioteca e outra. Que sente as minhas dores e me diz que está tudo bem. Se não está, vai ficar. Aquela que, mesmo envolvida em um mestrado em filosofia, senta comigo para saber como estou. Que me escuta. Agradeço aos amigos “mendigos”, especialmente a Bruna Teixeira e o Felipe Rocha. Amigos que conseguiam me tirar de casa, me fazer respirar. Que sempre tinham um *link* para indicar, uma terapeuta para sugerir, uma vaga de emprego para compartilhar. Amigos que me lembram que as conquistas devem ser comemoradas. Agradeço a minha amiga Darcielle Menezes, companheira na amizade e na academia desde a graduação, aquela com quem eu compartilhei diversos café, risadas, angústias e experiências. Ao Pablo Aguiar pelo apoio e pelo desenho da capa. Ao Maurício, aquele que dizia para eu respirar fundo porque um dia a tese acaba; aquele que me instiga a ser uma pesquisadora mais corajosa. Agradeço aos incríveis colegas de doutorado, o melhor legado destes quatro anos.

Por fim, agradeço imensamente os professores que me auxiliaram neste percurso. Ao professor Gustavo Fischer, por me ajudar a realizar o sonho do doutorado-sanduíche, por se preocupar mais com meu estado emocional do que com minha produção acadêmica. Serei eternamente grata à minha orientadora Jiani Bonin, que me assumiu enquanto orientanda no final do doutorado. Que me ouviu, me apoiou, consolou. Que me escutava falar por horas sobre os meus dilemas pessoais e acadêmicos. Aquela que disse que eu conseguiria finalizar a tese, que leu e releu cada parágrafo escrito por mim (e foram muitos). Que me orientou de verdade. Agradeço à professora Sandra Rúbia, pelo apoio durante o meu percurso como professora substituta na UFSM, por se interessar pela minha pesquisa, pelas minhas descobertas. Ao professor Fabrício Silveira pelo apoio durante o meu doutorado-sanduíche, pelas considerações ofertadas no seminário de tese, um momento em que a pesquisa estava apenas se estruturando. Agradeço ainda à Graziela Bianchi, por aceitar o convite para avaliar minha produção, por se propor a dividir comigo as descobertas aqui realizadas.

Por fim, agradeço à CAPES por, através de seu apoio, possibilitar que eu me tornasse Doutora em Comunicação.

Em minha sombra, o oco breu com desvelo
investigo, o báculo indeciso,
eu, que me figurava o paraíso
tendo uma biblioteca por modelo.

Jorge Luis Borges

RESUMO

A presente pesquisa foi norteada pelo objetivo central de investigar e compreender as relações constituídas entre leitores da comunidade *booktube* em torno do livro e da leitura a partir da performance de gosto dos *booktubers* em seus canais no YouTube. Realizo aqui uma contextualização dos aspectos da história do livro e da leitura e uma problematização sobre suas transformações com o advento das redes sociais. As discussões empreendidas são fundamentadas nos conceitos de Leitura, Leitor, Consumo, Performance de Gosto, Cultura Material, Redes sociais e Comunidades Virtuais. A investigação empírica foi desenvolvida a partir de uma inspiração etnográfica tendo como campo o ambiente virtual do YouTube, a fim de abordar o fenômeno estudado através de acompanhamento diário e sistemático. Além da observação exploratória de diversos canais de *booktubers*, foram analisadas sistematicamente as produções de três deles assim como os desdobramentos em termos das conversações, comentários e repercussões. A luz dos conceitos trabalhados, analiso a performance de gosto e a representação do eu realizada pelos *booktubers*, os conteúdos produzidos e as relações, conversações, negociações e conflitos empreendidos no âmbito da comunidade. Atentando-me à compreensão da cultura da internet, entendo o leitor presente na comunidade *booktube* enquanto leitor em rede que, por vivenciar experiências em uma plataforma guiada essencialmente através da cultura da participação, também atua na constituição desta, construindo comunidade ao estabelecer relações por meio das diversas formas que o livro e a leitura são degustados.

Palavras-chave: *Booktubers*; Comunidade; Leitores; Livros; YouTube.

ABSTRACT

The following dissertation was guided by the principle of the scientific investigation and by the efforts to understand relations established between readers of the booktube community and readings from the taste performance of booktubers in their own channels on YouTube. I do contextualize few aspects of book history and reading history and intend to provide a problematization of their transformations under the advent of social networks. These discussions are based on the concepts of Reading, Consumption, Tasting performance, Cultural Materialism, Social Networks and Virtual Communities. The empirical research was developed under an ethnographic perspective, and it has the virtual environment of YouTube as a field, as a field, in order to approach the phenomenon through a systematic vigilant activity. The scientific observation of booktubers activities and their audiovisual productions (at least of them were fully analyzed considering conversations, comments and repercussions). When it comes to concepts, I built analysis of the performance of tasting and the representations of the self performed by the booktubers. Their relations, conversations, negotiations and conflicts undertaken within the community were also themes of interest in this work. Considering how the culture of internet works, I assume that in booktube community the reader is a network reader who plays on a platform determined essentially by the culture of social interaction, and it acts in the making of it, building a whole community establishing relationships through the multiple ways that the book and the reading habit are enjoyed.

Key-words: Booktubers; Community; Readers; Books; YouTube.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Tatiana Feltrin (2014 e 2016)	43
Figura 2 – Eduardo Cilto (2013 e 2016).....	43
Figura 3 – Victor Almeida (2014 e 2016).....	43
Figura 4 – A pregação de São Paulo em Éfeso.....	76
Figura 5 – Nazista queimam livros em Berlim.....	76
Figura 6 – Projetos de leitura e vídeos de <i>Os Miseráveis</i>	95
Figura 7 – Desafio #TheGameDarkSide.....	146
Figura 8 – <i>Booktubers</i> no <i>Caveira Talk Show</i>	146
Figura 9 – As <i>booktubers</i> Duda, Samara e a DarkSide Books.....	146
Figura 10 – <i>Booktubers</i> compartilham vídeos no Twitter.....	160
Figura 11 – Categoria do YouTube	178
Figura 12 – Categoria do YouTube	178
Figura 13 – <i>Tweets</i> sobre a comunidade <i>booktube</i>	193
Figura 14 – Recomendações de Tatiana, Eduardo, Victor, Mayra e Paulo.....	193
Figura 15 – <i>Frames</i> de vídeos de socialização com Tatiana, Eduardo e Victor	193
Figura 16 – <i>Frames</i> de vídeos com <i>booktubers</i> mirins dos canais <i>A cigarra e a Formiga</i> e <i>A família Palmito</i>	195
Figura 17 – Cenários A, B, C e D de Tatiana Feltrin.....	201
Figura 18 – Ângulos A, B, C e D do cenário de Eduardo Cilto.....	205
Figura 19 – Victor Almeida em 2014 e 2016.....	210
Figura 20 – Livros, cores, colecionáveis e luzinhas.....	214
Figura 21 – Sobre enquadramento e o Mês do Horror.....	219
Figura 22 – <i>Username</i> de redes sociais e solicitação de inscrição.....	222
Figura 23 – Arte dos canais <i>Tatiana Feltrin</i> , <i>Eduardo Cilto Perdido nos Livros</i> , <i>Geek Freak</i> , <i>Mel Ferraz Literature-se</i> , e <i>Nuvem Literária</i>	222
Figura 24 – Nome dos <i>booktubers</i> e marca d'água.	223
Figura 25 – Cards e playlist.....	223
Figura 26 – Miniaturas de Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto e Victor Almeida.....	223
Figura 27 – Eduardo Cilto conhece o John Green no Rio de Janeiro	227
Figura 28 – <i>Bookshelf tour</i> de Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto e Victor Almeida.....	272
Figura 29 – Reação e comentários de Eduardo Cilto.....	280
Figura 30 – <i>Frames</i> de vídeos criativos de Eduardo Cilto.....	280

Figura 31 – Encontro entre seguidores e <i>booktubers</i>	283
Figura 32 – <i>Booktubers</i> organizadores do Torneio MLV.....	286
Figura 33 – <i>Sprint</i> de leitura da maratona literária <i>TBRemCacos</i>	289
Figura 34 – Maratona 24 horas de Tatiana, Pam, Duda e Vanessa.....	289
Figura 35 – <i>Unboxing</i> com livros no YouTube.....	294
Figura 36 – <i>Unboxing</i> com livros e e-books no YouTube.....	294
Figura 37 – <i>Unboxing</i> “O cubo misterioso”.....	294
Figura 38 – Comentários dos <i>booktubers</i> sobre o <i>unboxing</i> “O cubo misterioso”.....	300
Figura 39 – Presentes recebidos por Tatiana Feltrin e Victor Almeida.....	318

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Ano de início dos <i>booktubes</i>	41
Gráfico 2 - Categorização do canal <i>Tatiana Feltrin</i>	263
Gráfico 3 - Categorização do canal <i>Eduardo Cilto / Perdido nos livros</i>	263
Gráfico 4 - Categorização do canal <i>Geek Freak</i>	263

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Expressões, conceitos e significados da comunidade <i>booktube</i>	302
---	-----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Informações sobre os dez <i>booktubes</i> com maior número de inscrições.....	42
--	----

SUMÁRIO

1 COMEÇAR	17
2 CAMINHAR	29
2.1 REFLEXÕES SOBRE A ETNOGRAFIA	29
2.1.1 A Etnografia Virtual	31
2.2 A REALIZAÇÃO DA PESQUISA	35
2.2.1 A fase exploratória	35
2.2.2 A análise sistemática no YouTube	38
3 LER	49
3.1 A ESCRITA.....	49
3.2 O LIVRO	51
3.3 O LEITOR	56
3.4 A LEITURA	65
3.5 O FIM DO LIVRO	73
3.5.1 Fogo	74
3.5.2 Censura	77
3.5.3 Morte	82
3.6 O LIVRO NA CULTURA DA INTERNET.....	87
4 CONSUMIR	97
4.1 CONSUMO E CULTURA	98
4.1.1 Antropologia do consumo	98
4.1.1.1 Cultura material	111
4.2 CONSUMO E PERFORMANCE	123
4.2.1 Performance de gosto	131
4.3 ECONOMIA DA CULTURA E INDÚSTRIA CULTURAL.....	136
4.3.1 Mercado editorial	140
5 CONECTAR	149
5.1 A CULTURA DA INTERNET E A CULTURA DA PARTICIPAÇÃO.....	149
5.2 AS REDES	161
5.2.1 Redes sociais na internet	163
5.2.2 Performance de gosto e redes sociais na internet	166

5.2.3 O YouTube enquanto rede social.....	174
5.2.3.1 O Vídeo amador e os vlogs	179
5.3 COMUNIDADES VIRTUAIS	183
5.3.1 A comunidade <i>booktube</i>	186
6 “POR QUE NÃO FAZER UM CANAL SOBRE LIVROS?”.....	198
6.1 O <i>BOOKTUBER</i>	198
6.1.1 A representação do eu	198
6.2 EXPERIÊNCIAS E PRÁTICAS DE LEITURA, O LIVRO ENQUANTO BEM E ENQUANTO MERCADORIA.....	225
7 “A LEITURA É ALGO MUITO PESSOAL E EU ACHO QUE QUANDO A GENTE COMPARTILHA SOBRE ELA, A GENTE ACABA COMPARTILHANDO UM POUCO SOBRE A GENTE MESMO”	262
7.1 OS CONTEÚDOS PRODUZIDOS PELOS <i>BOOKTUBERS</i>	262
7.2 CONVERSÇÕES, INTERAÇÕES, NEGOCIAÇÕES E CONFLITOS.....	298
CONCLUIR	320
REFERIR.....	331
APÊNDICE A – TABELA BOOKTUBES.....	348
APÊNDICE B - TABELA VÍDEOS TATIANA FELTRIN	349
APÊNDICE C - TABELA VÍDEOS EDUARDO CILTO.....	378
APÊNDICE D - TABELA VÍDEOS VICTOR ALMEIDA.....	383

1 COMEÇAR

Há alguns anos os pesquisadores refletem e teorizam sobre como seria a intersecção entre o livro e a internet, ambas tecnologias intelectuais. Compreender a relação entre estes dois âmbitos – percebidos algumas vezes como antagônicos – mostrou-se uma tarefa complexa apresentando diversos desdobramentos. Por um lado, autores dedicados aos estudos da cultura da internet, tais como Negroponte (1995), Procópio (2010), Sibilia (2008) e Coover (1992), vislumbravam o fim do livro enquanto materialidade e o triunfo da virtualidade. O *e-book* e o hipertexto sinalizavam o futuro do livro e um novo modo de leitura. Contudo, com o avanço nos estudos sobre o suposto fim do livro, percebo que a previsão fúnebre teve seu início antes da internet. Praticamente desde que o livro impresso surgiu, apareceram também as ameaças e aqueles que decretavam seu fim.

O livro continuou seu percurso e hoje ainda se caracteriza como uma tecnologia intelectual apreciada. Não por uma teimosia nostálgica que insiste em se agarrar ao passado e negar o novo, mas por ser uma tecnologia que não foi superada. Como afirmava Eco (2010, p. 17), o livro é como a tesoura, a roda, o martelo e a colher: “uma vez inventados, não podem ser aprimorados”. Logo, demonstro no decorrer desta pesquisa que o *e-book* e o hipertexto não são substitutos do livro impresso, pois cada tipo de plataforma acarreta em um determinado tipo de leitura. A tensão entre o material e o digital é aqui explorada, mas entendendo-os não como rivais e sim como complementos. Foco, entretanto, no livro enquanto objeto físico porque interesse-me em compreender este tipo de leitura, as práticas e as relações que a materialidade pode proporcionar.

Por outro lado, autores como Calvino (2015), García Canclini (2008), Darnton (1992), Hine (2004), Eco (2010) e Chartier (2002) discerniam que o futuro seria a relação – nem sempre harmoniosa – entre o livro e a internet. Hine (2004), por exemplo, percebeu que a internet estava auxiliando o mercado editorial por meio do *e-commerce*. García Canclini (2008, p. 54) ressaltou que quando uma pessoa é internauta tem maiores chances de ser leitor e espectador. O futuro vislumbrado por Calvino (2015), em 1984, nos apresentaria modos de leitura ainda desconhecidos, no qual uma sociedade tecnologicamente mais desenvolvida teria estímulos para potencializar novas formas de expressão e novos “desdobramentos criativos”. Por isso seria equivocado depreciar os avanços tecnológicos. Nas palavras do autor,

[...] talvez no futuro haja **outros modos de leitura dos quais não suspeitamos**. Parece-me equivocado depreciar toda novidade tecnológica em nome dos valores humanistas em perigo. Penso que cada novo meio de comunicação e difusão das palavras, das imagens e dos sons pode reservar **novos desdobramentos criativos, formas novas de**

expressão. E penso que uma sociedade tecnologicamente mais avançada poderá ser mais rica em estímulos, de opções, de possibilidades, de instrumentos diversos e, conseqüentemente, **terá cada vez mais necessidade de ler, de coisas para ler e de pessoas que leiam.** (CALVINO, 2015, p. 127, grifo nosso).

Tais autores intuíram que o futuro do livro e da internet seria uma relação entre estes, mas como isso aconteceria e que implicações apresentaria parecia uma incógnita. A mola propulsora para a decisão de investir tempo e empenho nesta pesquisa foi a incoerência entre o vislumbre do fim da cultura letrada e o atual cenário observado por mim, assim como a perceptiva de que a cultura da internet e a cultura letrada atuariam juntas, acarretando em uma miríade de novos desdobramentos, mas sem o discernimento de como isso aconteceria. Para além disso, a complexidade deste objeto de estudo, rico em esclarecimentos científicos, assim como o crescente interesse sobre o tema, tanto da academia quanto da imprensa, buscando compreender que novas facetas a relação entre os livros e a internet apresentam atualmente, me encorajaram cada vez mais a responder meus questionamentos científicos, compreendendo e apresentando o presente do livro e da leitura e um novo modo de perceber o leitor a partir da análise de uma determinada comunidade de leitores presentes no cenário digital do YouTube. Noto, ainda, que a profusão desse objeto contraria outra previsão.

Neste “sombrio e triste” cenário vislumbrado, a literatura e o leitor também estariam agonizando. Sibilia (2008, p. 35) afirma que a leitura de ficção e o próprio leitor enfrentariam uma inevitável agonia. Apesar de saber que previsões como esta são arriscadas, ela assinala que a cultura letrada tende a desaparecer perante a profusão da cultura visual presenciada nos dias atuais. O sujeito contemporâneo privilegiaria a “virtualidade dos dados eletrônicos” em detrimento da “materialidade áspera e tangível da folha de papel, do caderno, da tinta, das capas duras”. Segundo a autora, antes da internet havia sossego e calma para que o leitor conseguisse esquecer de si mesmo e mergulhar na história que era contada ou lida.

Atualmente, a aceleração e o tumulto colocam os corpos em tensão, impossibilitando-os de realizar a concentração necessária para a imersão na narrativa. Assim, não haveria tempo nem para ler, nem para escrever. Seria impensável, na cultura da internet, alguém ler *Em busca do tempo perdido* (Marcel Proust) ou *Guerra e Paz* (Liev Tolstói). Alinhando-se a tal perspectiva, Roth (apud GIRON, 2013, online) afirma que, além dos jovens leitores não se interessarem pela leitura de grandes clássicos da literatura, também não são cativados pelas publicações atuais do mercado editorial. Logo, a leitura, a literatura, o livro e o próprio leitor desapareceriam.

Não me alinho a Sibilía (2008) e Roth (apud GIRON, 2013, online), mas visto a “capa da humildade¹” ao constatar que a perspectiva de declínio apontada pelos autores se alinha com o que indicavam pesquisas sobre o comportamento leitor. Com o aumento gradativo de resultados negativos nos Estados Unidos, Gioia (2004, p. 7, tradução nossa) concluiu que a leitura “tende a desaparecer em meio século”². Mas, no decorrer dos anos, os estudos têm demonstrado melhoras significativas. A pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil* – 4ª edição (PROLIVRO, 2016, online), desenvolvida pelo Instituto Pró-livro e executada pelo IBOPE, revelou que 56% da população brasileira é considerada leitora. Uma melhora considerável visto que, na 3ª edição, esse índice era de 50%. Deste modo, em 2015, dos 188 milhões de brasileiros com 5 anos ou mais considerados na pesquisa, 104,7 milhões são aqueles que leram “inteiro ou em partes, pelo menos 1 livro nos últimos 3 meses”, ou seja, leitores. Todavia, precisamos ponderar sobre o que este resultado significa.

Apesar de revelar melhoras, o Brasil ainda apresenta um desempenho insatisfatório se comparado com países como Espanha ou Portugal. A pesquisa revela que 83,3 milhões de brasileiros não leem. Entretanto, esta carência não se limita ao campo da leitura. O problema é mais profundo. Em 2014, 55% dos brasileiros não realizou nenhuma atividade cultural e 90% não assistiu a nenhuma peça de teatro. (TELES, 2015, online). Isso reflete um contexto ainda mais amplo: em 2011 o Brasil foi o 88º país no ranking da educação da UNESCO (2011, online); 7,7% da população com 10 anos ou mais era analfabeta em 2014. (IBGE, 2016, online). Outra questão a ser considerada é que, por mais que pesquisas quantitativas como essa sejam extremamente relevantes para estudos científicos e tomadas de decisões em políticas públicas, estas são baseadas em médias; isto é, há entrevistados que leem muito, há entrevistados que leem pouco e há entrevistados que não leem nada, resultando em uma média de leitura. Pesquisas quantitativas não dão conta de compreender de perto os fenômenos que estão por detrás destes números.

A partir desse cenário, o pesquisador poderia seguir dois caminhos. Pensando em 44% da população poderia perguntar-se: “Por que o brasileiro não lê?”. Ou, poderia olhar para os outros 56% e levantar questionamentos como: “quem são os leitores brasileiros?”, “quem são os jovens leitores brasileiros?”, “por que eles leem?”, “o que eles leem?”, “o que gostam de ler?”, “o que os motiva?”, “como se configuram suas práticas de leitura?”, “há socialização entre leitores?”, “qual a sua relação com os livros e a leitura?”, “qual o papel das redes sociais

¹ Aqui me permito utilizar uma expressão usual entre os *booktubers*. A “capa da humildade” possui o exato significado daquilo que quero transmitir.

² “will virtually disappear in half a century”.

na vida do leitor?”, “por que compram livros?”, “que tipo de livros são comprados?”, “como eles têm acesso aos livros?”, “eles frequentam bibliotecas?”, “anotam nos livros?”, “emprestam livros?”, “a leitura os transforma?”, “eles tornaram-se mais críticos a partir da leitura?”, “como escolhem os livros que irão ler?”, “alguém os influencia?”, “como eles se tornaram leitores?”. Discirno que entender porque as pessoas não leem é crucial para aprimorar os índices de leitura em nosso país, mas meu interesse é nos 56%, mesmo sabendo que está fora do meu alcance responder todas estas questões.

Aqui retiro a “capa da humildade” ao constatar que vivemos em uma época em que o jovem leitor observado nesta pesquisa tanto lê os clássicos quanto lê a literatura contemporânea. Alguns leitores podem ser entendidos também como leitores-fãs, que se conectam e se identificam profundamente com a história que amam, buscam e consomem diversos aparatos que se conectam a esta. Os jovens leitores se identificam com o texto e amam aquilo que leem, vivem uma “febre literária” transformando sagas, trilogias, séries e autores em fenômenos literários³. Não é meu interesse discutir sobre a qualidade estética dessas obras; considero, como Hennion (2010, p. 26), que o pesquisador não deve focar na qualidade estética das obras ou na origem social daqueles que gostam, mas sim, em como o gosto é constituído e vivido. O interesse, aqui, é compreender aspectos em torno da leitura e de sua vinculação com o universo

³ No final dos anos 90 e início dos anos 2000 a literatura juvenil, também conhecida como YA (*Young Adults*), adentrou em uma nova fase da literatura fantástica com o lançamento da Saga *Harry Potter* (J. K. Rowling). Mas a história do jovem bruxo foi o início de uma série de “ondas” literárias. (FAILLA, 2014, p. 76). Depois foi a vez dos lobos e vampiros da Saga *Crepúsculo* (Stephenie Meyer) movimentarem o mercado literário vendendo mais de 100 milhões de exemplares até meados de 2010 em 43 países onde foi publicada, sendo que 1,5 milhões de cópias foram vendidas no Brasil. (VANZELLOTTI; ALMEIDA, 2010). Posteriormente, a “nova onda” da literatura juvenil migrou da literatura fantástica para os *sick-lits* (do inglês, *sick*: doente/doença + *lit*: literatura). Esta “literatura enferma”, segundo a *booktuber* Bruna Miranda, abarca histórias em que os personagens se veem envolvidos com doenças físicas ou psicológicas, como depressão, doenças graves, tentativas de suicídio, distúrbios alimentares, entre outros. Os críticos começaram a prestar atenção nesse segmento porque, após cerca de 15 anos, os livros mais vendidos da literatura juvenil não são aqueles com histórias fantásticas, mas obras enquadradas nesse gênero. Esse fenômeno tem causado uma certa polêmica e dividido opiniões. Ao contrário das sagas *Crepúsculo* e *Harry Potter*, em que há o conhecimento de que a história é uma fantasia, o *sick-lit* apresenta tramas que poderiam ser reais, com detalhes e informações “cruéis” sobre doenças, depressão e morte. Para alguns estudiosos, este gênero não subestima o adolescente ao tratar de temas dolorosos e adultos sem “fantasiar a realidade”. Para outros, transmite mensagens negativas ao leitor. (FAILLA, 2014, p. 83). Este medo pode ser infundado, visto que, conforme esclarece o psicanalista Luiz Fernando Gallego (apud MIRANDA, 2013, online), “o que um livro pode fazer é antecipar um sentimento que já está dentro da pessoa. Mas o livro não é a causa de uma depressão”. Assim, o objetivo das histórias não é mostrar a doença do personagem em si, mas como superá-la. A atual aposta do mercado editorial são os livros de *youtubers*. Em 2016, mais de 30 *youtubers* publicaram suas obras, incluindo Julia Tolezano (*Tá todo mundo mal*), Karol Pinheiro (*As coisas mais legais do mundo*) e Kéfera Buchmann (*Muito mais do que Cinco minutos*). Esta última vendeu, no ano de 2015, 400 mil exemplares, sendo que a média de venda de um autor brasileiro é a venda de cerca de 3 mil exemplares. (FINCO, 2016, online). Não cabe aqui um julgamento se este movimento é relevante ou não. O fato é que a internet alterou diversas facetas da vida social, e uma delas foram as instâncias legitimadoras. Hoje, o público participa desta legitimação. Os *youtubers* foram legitimados no YouTube, produzem conteúdo e possuem um público definido e cativo. Tais livros podem ser entendidos como “livros de entrada”, ou seja, livros que inserem pessoas que geralmente não são leitoras na prática da leitura.

digital numa comunidade em que a literatura fantástica⁴, os *sick-lits*, os livros de *youtubers* e uma nova leva de histórias que abrangem distopias⁵ juvenis despertam cada vez mais o interesse de jovens leitores, cativando-os. Essa literatura vem conquistando um amplo grupo de leitores que não abre mão do livro impresso.

Failla (2014, p. 76), a organizadora da 3ª edição da pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil*, mostra-se intrigada quando pensa que milhões de jovens não leem, quando, em contrapartida, trilógias, sagas, séries e autores vendem milhares de cópias no país. Talvez a estranheza de Failla (2014, p. 80) aos fenômenos literários se dá porque não percebe que os leitores, mesmo não sendo uma grande parcela da população, movimentam o mercado literário ou porque concebe as redes sociais como um inimigo da leitura, descrevendo um cenário no qual os livros disputam “a preferência com a comunicação virtual”. Em outras palavras, questiona-se: como uma geração digital também pode ser uma geração da leitura?

Nesta “era de relações sociais mediadas pela tecnologia e pelo consumo”, Failla (2014) repete o pensamento dualista rechaçado aqui: ou isto ou aquilo, ou redes sociais ou livros, ou internet ou livros, ou *e-book* ou livro físico. Para a pesquisadora, o jovem leitor é um “sobrevivente desse bombardeio de estímulos digitais e de mensagens que invadem as telas e que lhe roubam todo o tempo que teria para se dedicar a um livro”. Nessa perspectiva, as redes sociais são os vilões da história, ladrões de tempo livre que ameaçam a vida do jovem leitor, destruindo a possibilidade de uma leitura solitária e linear. Apesar de perceber que as transformações tecnológicas acarretam “uma mudança de paradigma nas relações, na produção e no acesso à cultura”, que irão “impactar também nas formas de leitura, em seus suportes e no acesso à informação”, Failla (2014, p. 81) subestima e demoniza os avanços tecnológicos, ao contrário do que sugere Calvino (2015). Nota, contudo, que neste novo cenário há, no mínimo, duas novas possibilidades: a do leitor expressar seus sentimentos e interagir com os autores e a

⁴ Na concepção de Held (1980, p. 25), o fantástico é “o irreal no sentido estético daquilo que é apenas imaginável: o que não é visível aos olhos de todos, que não existe para todos, mas que é criado pela imaginação”. Para uma maior reflexão sobre o tema, sugerimos a obra *Introdução à Literatura Fantástica*, de Tzevan Todorov (2003).

⁵ Hilário (2013, p. 205-206) afirma que “etimologicamente, distopia é a palavra formada pelo prefixo *dis* (doente, anormal, dificuldade ou mal funcionamento) mais *topos* (lugar). Num sentido literal, significa forma distorcida de um lugar. Neste caso se referindo a um curso anormal e inesperado de acontecimentos que compõem determinada forma social. Acrescente-se a isso que a distopia não é o contrário da utopia, não se configurando enquanto antiutopia. Pois ela não é avessa a todo e qualquer tipo de utopia, como se esta fosse essencialmente perigosa e necessariamente descartável. As distopias problematizam os danos prováveis caso determinadas tendências do presente vençam. É por isso que elas enfatizam os processos de indiferenciação subjetiva, massificação cultural, vigilância total dos indivíduos, controle da subjetividade a partir de dispositivos de saber etc.”. Entre os clássicos de gênero estão *1984* (George Orwell), *Fahrenheit 451* (Ray Bradbury), *Laranja Mecânica* (Anthony Burgess) e *Admirável Mundo Novo* (Aldous Huxley).

de socialização e troca entre leitores a partir da interatividade proporcionada pelas “relações virtuais”. Esta segunda possibilidade é a questão-chave desta pesquisa. Este é o meu foco.

Neste sentido, esta pesquisa acrescenta uma outra visão neste panorama, não focando as redes sociais como um todo, mas especificamente o YouTube⁶. A partir desta plataforma, focaliza o *booktube*, uma comunidade formada por leitores que produzem e consomem conteúdo relacionado – direta ou indiretamente – à cultura literária⁷, também conhecidos como *booktubers*. Parte do pressuposto de que o livro na era digital não é sinônimo de livro digital e que as redes sociais não são apenas rivais da leitura, apresentando como os “desdobramentos criativos” e as novas formas de expressão previstas por Calvino (2015) se concretizam hoje.

Contudo, esta pesquisa não é pioneira em perceber a intersecção entre redes sociais e livros. Outros autores aproximaram-se desta temática, entre eles Procópio (2010) e Malini (2014). Apesar de Procópio (2010) se propor a analisar o mundo dos livros com a influência ou a interferência da internet, comenta brevemente apenas sobre o Skoob⁸, relacionando-o somente à pirataria. Sobre o Shelfari⁹, acredita que este se coloca como uma ponte entre autores e leitores em potencial, mas esquece-se das relações entre os leitores em si. Já sobre os *booktubers* nem sequer chega a comentar. Para o autor, os hábitos dos leitores mudaram com as redes sociais: eles passaram a piratear livros. Além disso, constata que tais redes estariam minando a atenção dos leitores e “roubando” um tempo que antes era da leitura, tal como Failla (2014).

Malini (2014, p. 205) observa que ainda não mensuramos a contento o impacto que as redes sociais provocam na troca, distribuição, produção e consumo de trabalhos literários. Este impacto acarreta metamorfoses, apresentando novos espaços de circulação, novos públicos e novos mediadores que compartilham e espalham a literatura pela internet. O autor dedicou-se à compreensão destas metamorfoses através da “economia do *like* no Facebook e da cultura do espalhamento do RT no Twitter”. Nota que as redes sociais se tornaram um campo de novos mediadores da literatura, de novos críticos, onde obras e autores ganham “vida e sobrevivência”.

⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com>>. Acesso em: 04 jul. 2016.

⁷ Segundo Lanot (2007, p. 9), cultura literária é uma “base cultural precedente da literatura” composta por diversos textos acumulados em nossa memória cultural. Para além disso, compreendemos a cultura literária enquanto um conjunto formado por elementos materiais – livros, *e-readers*, aparatos para a prática da leitura, colecionáveis, adereços, acessórios – e imateriais – gêneros literários, a leitura e seus processos, hábitos e manias, sentimentos, experiências, percepções, gostos e relações estabelecidas a partir da literatura.

⁸ O Skoob é uma rede social segmentada que se dedica aos livros, intitulando-se “a maior comunidade de leitores do Brasil” e uma “rede criada para quem ama ler”. (SKOOB, 2014, online). Foi desenvolvido por Viviane Londello e Lindenberg Moreira em 2009. Estes acreditam que, por meio desta rede social, o hábito de encontrar pessoas para trocar experiências e opiniões sobre livros tornou-se mais fácil, pois “quando um livro é bom, há a necessidade de compartilhá-lo com o mundo”. (ATHANASIO, 2013, online). Esta rede social denomina seus usuários como *skoobers*.

⁹ Disponível em: <<https://www.shelfari.com/>>. Acesso em: 04 jul. 2016.

(MALINI, 2014, p. 221). Uma importante contribuição de Malini (2014) foi mostrar que o engajamento e a participação juvenil estão profundamente imbricados com a literatura nas redes sociais, ao contrário do que pensam aqueles que se antecipam e apontam o dedo para esta nova geração, alegando um desinteresse pela leitura.

É preciso perceber que vivemos em uma época na qual o “acesso a escritores e suas obras chegam cada vez mais cedo ao público” (MALINI, 2014, p. 231) e que a dimensão deste público também se modifica, alterando outras instâncias. Assim, há públicos, espaços, mediadores e práticas culturais novos. A literatura torna-se cada vez mais popular nas redes sociais. O livro está presente na vida das pessoas sem que isso signifique o abandono das tecnologias digitais.

Esta pesquisa se coloca como uma continuação e ampliação do trabalho de Malini (2014), pois também se dedica a compreender estas metamorfoses expressas em uma determinada plataforma que possui peculiaridades tanto em sua arquitetura e funcionamento quanto na intersecção que possibilita entre redes, livros e leitores. Deste modo, refuto as percepções de Procópio (2010), alinho-me às percepções de Malini (2014) e caminho em um novo trajeto de pesquisa, destacando na discussão um importante elemento: o leitor.

No início dos estudos da história da leitura¹⁰, o leitor foi deixado de lado. Os estudiosos focaram-se essencialmente no aparato, ou seja, no livro. Aos poucos, esse leitor foi ganhando visibilidade e relevância nos estudos literários. O mesmo ocorreu quando chegou o momento de pensar o livro na era digital. O leitor foi esquecido. Focou-se novamente no aparato, desta vez, no livro digital e no hipertexto. Os pesquisadores, ao vislumbrar o futuro do livro, avistaram as mudanças que poderiam acontecer apenas na plataforma de leitura, esquecendo-se novamente do leitor e de seu contexto. Por isso, suponho, a morte do livro físico era tão iminente. As observações aqui demonstram que o que mudou não foi somente o livro enquanto plataforma, mas também o próprio leitor.

¹⁰ Cabe lembrar que neste estudo a leitura refere-se à decifração da escrita presente nos livros. Contudo, o ato de ler implica um âmbito maior de práticas cotidianas. Tal como observado por Manguel (1997, p. 19), “ler as letras de uma página é apenas um de seus muitos disfarces. O astrônomo lendo um mapa de estrelas que não existem mais; o arquiteto japonês lendo a terra sobre a qual será erguida uma casa, de modo a protegê-la das forças malignas; o zoólogo lendo os rastros de animais na floresta; o jogador lendo os gestos do parceiro antes de jogar a carta a carta vencedora; a dançarina lendo as notações do coreógrafo e o público lendo os movimentos da dançarina no palco; o Tecelão lendo o desenho intrincado de um tapete sendo tecido; o organista lendo várias linhas musicais simultâneas orquestradas na página; os pais lendo no rosto do bebê sinais de alegria, medo, admiração; o adivinho chinês lendo as marcas antigas na carapaça de uma tartaruga; o amante lendo cegamente o corpo amado à noite, sob os lençóis; o psiquiatra ajudando os pacientes a ler seus sonhos perturbadores; o pescador havaiano lendo as correntes do oceano ao mergulhar a mão na água; o agricultor lendo o tempo no céu – todos eles compartilham com os leitores de livros a arte de decifrar e traduzir signos”.

Com os livros e as redes sociais, esse leitor passou a presenciar uma amplitude de possibilidades em termos de novos círculos de pertencimento. As obras, ou um determinado gosto literário, podem tornar-se um recurso para a construção de vínculos afetivos e sociais. Estes novos círculos de pertencimento possuem regras, atividades, características e práticas de leituras próprias. Os leitores aproximam-se e partilham ambientes virtuais, tal como o futuro vislumbrado por Johnson (2001, p. 57) que, há quinze anos, não tinha dúvidas de que as pessoas iriam “desenvolver novas formas de conversa mais adequadas a esses ambientes, e que interações surpreendentemente poderosas” surgiriam. Penso que o cenário vislumbrado por Johnson (2001) se tornou realidade para a comunidade de leitores presentes no YouTube. Ressalto, entretanto, que as relações e as conversas dos leitores nestas redes sociais não se limitam ao ambiente digital: há um constante fluxo entre o *online* e o *off-line*. Aqui há outra tensão, envolvendo tanto o livro quanto as redes sociais: a dualidade entre o virtual e o presencial, assim como entre socialização e solidão.

Autores como Lévy (2003) afirmam que, por meio da internet, a humanidade volta a reencontrar-se definitivamente após os deslocamentos dos continentes terem nos afastado. Wolton (2004, p. 150), por sua vez, está convicto de que caminhamos a passos largos para “solidões interativas” onde o indivíduo pode participar de sua sociedade e conviver com outras pessoas por meio da internet, mas não as vive, não as sente, não as toca. Contudo, a sociedade se encontra em um único espaço, o ciberespaço, e na medida em que esta se encontra, também se separa e se reagrupa. Agora, as separações dos grupos não estão mais a mercê das fronteiras geográficas ou dos laços sanguíneos. É possível pertencer ao pequeno mundo que melhor convém, pois a separação é constituída também pelo simbólico.

Watts (2009) e Barabási (2009) assinalam que a sociedade se organiza em “mundos pequenos”, visto que as pessoas têm a tendência a conviver, socializar e unir-se com aqueles que se assemelham a elas ou possuem algo em comum. A sociedade se organiza em vários mundos, que se unem, uns aos outros, por meio de alguns atalhos. Deste modo, se a internet uniu a sociedade, agora a sociedade está se reorganizando novamente em “mundos pequenos”, que são percebidos em redes sociais como aquelas que emergem no YouTube, no qual o vínculo que promove a constituição do grupo se dá por meio do conteúdo que é consumido e compartilhado.

Nesta pesquisa, focalizo um determinado mundo pequeno composto por leitores que estão presentes no YouTube. Isto porque percebo que o universo da internet também é o universo dos leitores. Por consequência, também é o universo dos livros. (AYMARD, 2003). “Mundos pequenos” é uma metáfora pertinente para compreender inicialmente como as

relações são estabelecidas nas e a partir das redes sociais, percebendo que estas acontecem quando o grupo é composto por aspectos em comum, compartilhando pertencimento simbólico.

Os livros também foram acusados de isolar o leitor, essencialmente com o advento da leitura silenciosa. (RIESMAN, 1971). Chartier (2002, p. 121) afirma que as bibliotecas do futuro poderiam reconstruir em torno do livro a socialização perdida. A história da leitura nos ensinou, até então, que no decorrer dos séculos ler tornou-se uma prática solitária e silenciosa, “destruindo cada vez mais as participações ao redor do escrito que cimentaram de modo permanente as existências familiares, as sociabilidades, as assembleias eruditas ou os engajamentos militantes”. A leitura identifica-se com uma relação íntima e pessoal com os livros. Logo, as bibliotecas poderiam “multiplicar as ocasiões e as formas de tomar a palavra ao redor do patrimônio escrito”. Assevero que, se a biblioteca não está desempenhando tal papel, para muitos leitores as redes sociais estão. Mas tal fato não é mérito apenas das redes sociais. O leitor é potencialmente socializável, mesmo que leia isolado. Pertencer a um grupo e ter a oportunidade de conversar e partilhar impressões sobre a leitura é uma das características essenciais do “eu” leitor.

A leitura ainda é uma prática que necessita de uma relação íntima e pessoal entre o livro e o leitor, mas que promove socialização e pertencimento por meio de vínculos sociais e afetivos. Isso porque a leitura do conteúdo de uma obra é apenas um dos momentos da relação entre leitores e livros. Nós leitores nos relacionamos com os livros não apenas quando realizamos a leitura do texto do início ao fim. Essa relação inicia antes e continua depois. Há uma reconfiguração das práticas de leitura que acaba por ampliar este campo.

Neste viés, a antropologia do consumo me auxilia a compreender como os livros constroem pontes, significam e constituem mapas culturais, entendendo não apenas porque as pessoas compram livros, mas o que se faz deles depois disso. A cultura material contribui para pensar os vínculos sociais proporcionados pelo livro, a materialidade como um caminho para a imaterialidade, como o livro também constitui o leitor e como a leitura a partir de um livro físico acarreta uma relação íntima e sensorial. Neste aspecto, as redes sociais são uma oportunidade ímpar para compreender as práticas de leitura e as relações dos leitores com a e a partir da cultura material, conforme propõe Miller (2009).

Em se tratando da finalidade da leitura, segundo Darnton (1992, p. 212), as pessoas “leram para salvar suas almas, para melhorar seu comportamento, para consertar suas máquinas, para seduzir seus enamorados, para tomar conhecimento dos acontecimentos de seu tempo, e ainda simplesmente para se divertir”. Hoje, outras motivações nos levam à leitura. Lemos também para pertencer, para conversar, para participar, para constituir nossa subjetividade ou,

simplesmente, porque gostamos de ler. O gosto pela leitura e pelo compartilhamento de impressões sobre essas mostra-se como um elemento propulsor para as relações constituídas entre os *booktubers*. Neste grupo, ser leitor é ser alguém que, acima de tudo, gosta de ler.

Posto isto, parto da metáfora dos mundos pequenos – a formação de grupos por aspectos em comum – e entendo como esse grupo se constitui simbolicamente a partir do gosto. Segundo Amaral (2010, online), na cultura contemporânea, aquilo que se consome, que se gosta, faz parte do processo de construção de perfis identitários. A segmentação do consumo organiza-se em nichos de estilo de vida e de gosto, que pode ser perfeitamente observada em redes sociais como o YouTube, no qual alguns *youtubers* possuem o foco em um determinado nicho, tais como os canais *Alice Salazar*¹¹ e *Camila Coelho*¹² (maquiagem), *Rayza Nicácio*¹³ e *Gill Viana*¹⁴ (cabelo cacheado), *Pipocando*¹⁵ e *Operação cinema*¹⁶ (filme) e, claro, os *booktubers* (livros).

Esta pesquisa volta seu olhar para a comunidade *booktube* e seus integrantes – *booktubers* e seguidores. Almeja observar, mais especificamente, a performance dos *booktubers* em seus canais no YouTube e as relações e conversações ali constituídas em torno da cultura literária. Inspirada na etnografia como metodologia, por meio do YouTube é possível apreender dimensões relacionadas à leitura a partir de uma rede social apropriada, em que os leitores subvertem o sistema da plataforma a fim de construir comunidade.

Para entender esse aspecto, valho-me da noção de performance de gosto, pois essa auxilia a pensar o gosto por livros e pela leitura não apenas como um *hobbie* em comum, mas como um construtor de vínculos afetivos. O gosto é uma prática instrumentada, corporal e reflexiva, podendo ser uma experiência coletiva ou individual. Mesmo sendo subjetivo, o gosto e suas variantes podem ser agrupados, contemplando uma descrição estável com “formas comuns identificáveis” – que podem ser compartilhados fisicamente ou não – de amor ao objeto. Tal amor nos permite formular uma “teoria da paixão”. (HENNION, 2007).

A presente pesquisa justifica-se, ainda, pelo fato de ofertar ao campo dos estudos em comunicação a percepção de como um determinado grupo se relaciona nas e a partir das redes sociais. Desse modo, esta investigação também se torna válida na medida em que contribuiu com informações e compreensões sobre o presente do livro, intuindo que as coisas importam e são necessárias para que possamos entender nossa própria humanidade, acompanhando de

¹¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/alicecsalazar>>. Acesso em 10 jul. 2016.

¹² Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/MakeUpByCamilar>>. Acesso em 10 jul. 2016.

¹³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/rayzabatista>>. Acesso em 10 jul. 2016.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/GillVianna>>. Acesso em 10 jul. 2016.

¹⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/pipocandovideos>>. Acesso em 10 jul. 2016.

¹⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/97GUb1>>. Acesso em 10 jul. 2016.

perto, durante o período deste estudo, as transformações culturais que o livro apresenta. Por fim, mostra os “desdobramentos criativos” apreendidos em um ambiente profícuo para pesquisa – o YouTube –, sendo que este está apenas iniciando o despertar de um interesse acadêmico, essencialmente por meio de sua relação com o consumo e com novos formadores de opinião, também conhecidos como *digital influencer*, ou influenciadores digitais¹⁷.

Por conseguinte, a questão central que norteia o problema desta pesquisa é: **Como se constituem, a partir da performance dos *booktubers* em seus canais no YouTube, as relações entre leitores da comunidade *booktube* em torno do livro e da leitura?**

O trabalho tem como **objetivo geral** investigar e compreender as relações entre leitores da comunidade *booktube* em torno do livro e da leitura constituídas a partir da performance de gosto dos *booktubers* em seus canais no YouTube. Os **objetivos específicos** são os seguintes:

- Contextualizar aspectos relativos à trajetória do livro e às práticas de leitura, consumo e relações constituídas a partir destes, atentando para suas transformações ocorridas no contexto digital;
- Observar, descrever e analisar o *booktuber* e sua performance de gosto nos vídeos e comentários presentes em seus canais no YouTube;
- Descrever e analisar a constituição das práticas, experiências de leitura e as relações com o mercado editorial presentes na comunidade *booktube*;
- Observar e compreender as relações constituídas entre *booktubers* e seguidores com e a partir do livro por meio de sua materialidade, construindo vínculos afetivos e sociais.

Para responder a questão norteadora e realizar os objetivos de investigação, a tese organiza-se em seis capítulos¹⁸. Este primeiro capítulo, intitulado *Começar*, foi dedicado à explicitação do problema da pesquisa, de seus objetivos e justificativa. O *Capítulo 2 – Caminhar*, apresenta as decisões e o caminho metodológico, no qual exponho e compreendo a etnografia, assim como o processo de construção da pesquisa.

As relações do nosso objeto com seu contexto são tratadas no *Capítulo 3 – Ler*, no qual trato de aspectos relevantes relativos à história do livro e das práticas de leitura, ao “eu” leitor, ao fim do livro através da história da censura e da destruição, assim como através das previsões de morte a partir do advento da tecnologia, e à presença do livro na cultura da internet. Neste

¹⁷ Basicamente, um *Digital influencer* é alguém que tem forte influência sobre seus seguidores. Possui experiência e conhecimento alimentando uma imagem que é respeitada e confiável. (REPORTBRAIN, 2015).

¹⁸ Sobre os títulos dos capítulos, valo-me de uma licença poética. As palavras *Começar*, *Caminhar*, *Ler*, *Consumir*, *Conectar* e *Concluir* levam em si a essência de cada capítulo que compõe esta tese. Tais palavras são conjugadas no infinitivo porque acredito que, assim como as possibilidades que este tempo verbal possibilita (pois a palavra amar pode levar-nos ao amor, amando, amante, amarei, amarás, amaria...), os títulos de capítulos apresentam possibilidades diversas, que são conjugadas ao longo da caminhada.

percurso obtive o auxílio de autores como Roger Chartier (1996, 1999a, 1999b, 2002), Robert Darnton (2010), Jean-Paul Sartre (2004), Michele Petit (2008, 2009), Chantal Horellou-Lafarge e Monique Segré (2010), Márcia Abreu (1999, 2006), Hans Robert Jauss (1994), Wolfgang Iser (1999), Roland Barthes (1988), entre outros.

A base teórica da pesquisa é apresentada no *Capítulo 4 – Consumir*, no qual desenvolvo problematizações sobre a antropologia do consumo e a cultura material alicerçadas nas reflexões de Livia Barbosa (2004, 2006), Colin Campbell (2006, 2011), Baron Isherwood e Mary Douglas (2013), Arjun Appadurai (2008), Grant McCracken (2003), Mike Featherstone (1995), Marcel Mauss (2012) e Daniel Miller (2001, 2007, 2013a, 2013b). A performance de gosto, por sua vez, é analisada à luz das contribuições de Antoine Hennion (2007, 2009, 2010, 2011) e Pierre Bourdieu (2013), após a reflexão sobre a performance através das contribuições de Richard Schechner (2006), Alain Ehrenberg (2010), Paul Zumthor (2014) e Erving Goffman (2002).

No *Capítulo 5 – Conectar*, problematizo o contexto no qual os *booktubers* estão inseridos. Penso a cultura da internet e a cultura da participação; trabalho os conceitos de rede, rede sociais, redes sociais na internet, performance de gosto nas redes sociais e comunidades virtuais para, a partir disso, compreender o YouTube enquanto rede social e o *booktube* enquanto comunidade virtual. Autores como Albert-Lászlo Barabási (2009), Duncan Watts (2009), Manuel Castells (1999, 2003), Raquel Recuero (2010), danah boyd e Nicole Ellison (2008), Henry Jenkins (2009a, 2009b, 2014, 2015), Clay Shirky (2011, 2012), Jean Burgess e Josua Green (2009) e Howard Rheingold (1996, 2000, 2012), me auxiliam nesta tarefa.

A descrição etnográfica e as análises realizadas a partir da observação dos canais do YouTube de três *booktubers* selecionados é apresentada nos capítulos 6 e 7. O capítulo 6 contempla a análise sobre a representação do “eu” dos *booktubers* selecionados, onde é possível conhecer elementos como a aparência visual, formas de linguagem, cenários utilizados, temporalidade dos canais e os recursos audiovisuais e do YouTube que são apropriados. A partir disso, atendo-me às suas experiências e práticas de leitura, observando o livro enquanto mercadoria e enquanto bem. No capítulo 7 analiso os processos comunicativos do *booktube*, entendendo os conteúdos produzidos pelos *booktubers*, assim como as conversações, interações, negociações e conflitos observados na comunidade.

Finalizando a pesquisa, em *Concluir* elucido as descobertas que foram reveladas na pesquisa, destacando as respostas às indagações que nortearam o percurso aqui percorrido.

2 CAMINHAR

Por focar meu interesse em um fenômeno complexo, o percurso metodológico desenvolvido na pesquisa apresenta um viés essencialmente qualitativo, no qual a inspiração na etnografia caracteriza-se como proposta metodológica central. Em sua realização concreta, a pesquisa empreendida abarcou três frentes de trabalho: aprofundamento teórico sobre os temas investigados, fase exploratória e observação e análise sistematizada de conteúdos disponíveis no YouTube, resultando em uma descrição etnográfica. Este capítulo é dedicado às estratégias metodológicas que orientaram a pesquisa. No decorrer dele, reflito inicialmente sobre o fazer etnográfico e, a partir disso, reconstruo de maneira detalhada os percursos metodológicos trilhados no fazer investigativo.

2.1 Reflexões sobre a etnografia

A inspiração etnográfica se mostra aqui pertinente pois, para realizar as observações e compreensões necessárias para esta pesquisa, fui a campo munida de um olhar curioso e interpretativo, entendendo esse campo como ambiente digital. Em sua origem na antropologia, a etnografia se ocupava em compreender a diferença, eixo central desta área. Malinowski, considerado o “pai da antropologia” relata em *Argonautas do Pacífico Ocidental* (1978) o seu fazer etnográfico entre os habitantes das ilhas Trobriand. Neste registro, o autor deixa claro o mergulho em outra cultura. Com o passar dos anos, a etnografia deixou de focar apenas nas diferenças, nos grupos oprimidos e/ou isolados e passou a desenvolver estudos nos bairros e nas cidades, compreendendo seus habitantes e suas especificidades.

Foi nos anos 20, mais precisamente, que os estudos etnográficos passaram a dedicar-se também à compreensão de grupos sociais “modernos” a partir dos preceitos dos antropólogos da Escola de Chicago, feito que acabou por influenciar a utilização da etnografia em áreas como comunicação, enfermagem, saúde pública e educação. Tal como afirma Geertz (2009, p. 192), os “Lás” e os “Aquis”, ou seja, o campo do observado e o campo do observador, estão cada vez menos isolados; a linha que separa ambos se torna cada vez menos definida, os contrastes estão menos evidentes.

Esses grupos não são, necessariamente, formados geograficamente. Hoje, a etnografia também se dedica à compreensão de comunidades virtuais e comunidades de interesse, isto é, grupos de pessoas que compartilham algo em comum e que podem se relacionar tanto presencial quanto virtualmente. (ANGROSINO, 2009). Foi na década de 90 que surgiram os primeiros

estudos etnográficos no ciberespaço, tais como as pesquisas desenvolvidas por Michael Rosenberg e John Masterton. (POLINOV, 2013). Também foi nesta década (1994) que Escobar (2016) publicou o artigo *Welcome to Cyberia*, introduzindo no campo da antropologia as reflexões sobre as transformações sociais e culturais observadas e produzidas pela cibercultura. É exatamente a este tipo de grupo que me dedico nesta pesquisa, uma comunidade formada por leitores que estão no YouTube, que se relacionam tanto virtual quanto presencialmente.

Tais questões me remetem às considerações de DaMatta (1978) que, em seu artigo *O ofício do cartógrafo ou como ter anthropological “blues”*, argumenta que o ir a campo não é somente o deslocamento territorial do pesquisador, mas sim, um deslocamento com relação à sua própria sociedade. Com este “blues”, o pesquisador consegue tanto transformar o exótico em familiar, compreendendo a sociedade do outro, quanto transformar o familiar em exótico, observando a sua própria sociedade, mas dotado de um olhar interpretativo e reflexivo, encarando-a de outra forma, ou seja, estranhando-a. Alinho-me à posição do autor pois estranho aquilo que pode ser comum aos olhos dos outros. Melhor dizendo, sigo a recomendação de Silva (2010) para o processo de pesquisa: estranho, entranho e desentranho.

O etnógrafo sempre se interessará por um grupo, uma vez que nunca há etnografia de um único indivíduo. Etnografia, literalmente, significa “a descrição de um povo”. (ANGROSINO, 2009, p. 16). Como argumenta Geertz (1997, p. 15), o fazer etnográfico não se limita apenas a mapear campos, manter diários, selecionar e entrevistar informantes, estabelecer relações. Para que haja de fato uma pesquisa etnográfica, o pesquisador deve empenhar um esforço intelectual desenvolvendo uma “descrição densa” sobre o grupo, tentando ler as pistas que se mostram, por vezes, incoerentes. A descrição etnográfica interpreta o “discurso social” procurando significados, empenhando-se em “salvar o tal discurso da sua possibilidade de extinguir-se e fixá-lo em formas pesquisáveis”, seja através de artigos, dissertações ou teses.

Para que tal descrição seja credível, o etnógrafo precisa convencer seu leitor de que “esteve lá”. Ou seja, ele esteve em um lugar e voltou com informações e contribuições para a comunidade acadêmica. A descrição etnográfica não deve ser meramente uma sucessão de detalhes, não é isso que lhe atribuirá veracidade. Esta também não será conquistada com uma extensão exacerbada de um grupo ou cultura. O texto etnográfico torna-se fidedigno na medida em que convence seu leitor de que o pesquisador não apenas “esteve lá”, mas que, se o leitor também lá estivesse, teria visões, sentimentos e conclusões tal como o pesquisador.

Encontra-se aí um dos grandes desafios do etnógrafo: estar em seu texto tanto quanto esteve em seu campo, escrever de forma autoral onde espera-se uma visão intimista aliada a uma avaliação fria. Todavia, é o modo de “estar aqui” do etnógrafo, na academia e entre outros

estudiosos, o que faz com que seu texto seja aceito, lido e estudado. O etnógrafo precisa mostrar que esteve lá, que mergulhou em seu campo de interesse, mas apresentar e compreender seus dados aqui, entre bibliotecas e seminários, voltando à superfície. Ele precisa “Estar lá” e voltar “Aqui”, construindo a partir desse fluxo uma caminhada articulada. (GEERTZ, 2009, p. 170).

Hine (2004, p. 23) lembra que a etnografia se fortalece justamente por não possuir receitas nem manuais. Cada etnografia possui sua singularidade tanto por parte do objeto de pesquisa, espaço de aplicação, objetivos, quanto pelo próprio pesquisador. Tal singularidade mostra a “natureza altamente situacional da descrição etnográfica”. Isso significa que um determinado etnógrafo se dedica à compreensão e escrita de um determinado grupo ou fenômeno, em um determinado lugar, em uma determinada época, com determinados compromissos e experiências. Registra uma determinada situação que, por mais que desperte interesse em outro pesquisador, nunca resultará em uma mesma pesquisa. (GEERTZ, 2009).

Para Magnani (2009, p. 101), a etnografia é mais do que uma metodologia, pois está profundamente ligada à pesquisa de campo, mas também se relaciona com o tipo de texto produzido pelo etnógrafo, assim como uma determinada “postura intelectual”. O texto etnográfico, além de autoral, é um “trabalho da imaginação”, constata Geertz (2009, p. 183). É escrito menos de modo determinista – isto é um livro, isto é uma caneta – e mais de modo ficcional: uma ficção realista porque, acima de tudo, a etnografia é uma “apresentação do real”.

2.1.1 A etnografia virtual

Conforme mencionado, a etnografia hoje também é realizada em comunidades virtuais ou espaços digitais que comportam grupos de interesses. Nesta pesquisa, o grupo de interesse da análise é formado por leitores que estão presentes no YouTube. Isto é, *booktubers* e seguidores. Para tal, voltei-me à bibliografia sobre a etnografia virtual, a fim de entender como o fazer etnográfico é trabalhado e adaptado ao ambiente *online*. Como argumenta Baym (apud FRAGOSO et. al., 2011), tão indispensável quanto selecionar os métodos adequados para a investigação é o cuidado do pesquisador com outras premissas necessárias para a realização de pesquisa na internet. De acordo com a autora, se faz necessária uma aproximação prévia com a história do objeto investigado – premissa sanada através da pesquisa bibliográfica; deve-se manter o foco, tendo em mente onde e o que se quer pesquisar; é preciso ser prático; saber fazer escolhas dentre a infinita gama de possibilidades que a internet nos oferece; e por fim, desenvolver “explicações convincentes”, que são imprescindíveis.

Observando as terminologias da etnografia que é realizada em ambiente *online*, possuo o discernimento da multiplicidade de nomenclaturas utilizada. Entre elas: *Etnografia virtual* (Christine Hine), *Netnografia*¹⁹ (Robert Kozinets), *Ciberantropologia*, *Etnografia na cibercultura* e *Etnografia digital*. Sobre este aspecto, Fragoso (et. al., 2011) observam que a tradição da pesquisa etnográfica consiste em um deslocamento ao campo a fim de constituir vivências de forma presencial em um determinado grupo, comunidade ou tribo por um determinado tempo de inserção. Foi este “ir a campo” um dos principais fatores que provocou discussões sobre a veracidade de um fazer etnográfico na internet, visto que esta era considerada por alguns estudiosos como um “não-lugar”.

A autora ressalta que os antropólogos tradicionais “torceram o nariz” para uma etnografia realizada virtualmente, defendendo que o princípio básico desta é o “ir a campo”, entendido como um deslocamento geográfico do pesquisador. No entanto, na conjuntura atual da sociedade pode-se perfeitamente ir a campo sem a necessidade de deslocamento físico, se o interesse do pesquisador for grupos ou comunidades presentes no ciberespaço. Sendo assim, Fragoso (et. al., 2011) compreendem que o termo etnografia pode ser utilizado, desde que o pesquisador descreva e problematize as diferenças no processo da coleta de dados e da observação que se dá entre o ambiente *online* e *off-line*.

Conforme Hine (2004, p. 10), os primeiros estudos que foram desenvolvidos sobre a internet possuíam um cunho futurista, como os desenvolvidos por Negroponte (1995) e Gates (1996), nos quais se primava pela descoberta de qual seria o futuro da internet, esquecendo-se de compreender como ela era incorporada à vida e ao cotidiano das pessoas. Contudo, seu trabalho intitulado *Etnografia Virtual* (2004) tem por objetivo oferecer uma metodologia de investigação empírica sobre os usos atuais da internet, posto que, mais rico do que compreender o que acontecerá com a internet no futuro, é apreender no presente seus usos e apropriações. É entender quem são as pessoas presentes no campo de interesse, por que estão lá e o que fazem.

O argumento de Hine (2004) é que a tecnologia em si mesma não é o agente de mudança deste futuro, mas sim, os usos, construções de sentido e apropriações realizados a partir dela. Neste caso, a etnografia é ideal para o pesquisador que pretende compreender as complexas relações que existem na e a partir da internet, pois permite observar detalhadamente os modos como as pessoas experimentam o uso dessa tecnologia. Além disso, pode revelar significados adquiridos pela tecnologia por meio das culturas em que se insere e que é, também, por ela

¹⁹ Segundo Polinov (2013), o termo netnografia é utilizado quando a etnografia no ambiente digital tem interesses mercadológicos relacionados, essencialmente, ao entendimento do comportamento do consumidor.

formada. A etnografia proporciona a promessa de compreender como as pessoas organizam suas vidas e como interpretam o mundo em que vivem.

Um dos principais obstáculos enfrentados pela etnografia na internet é a necessidade da relação face a face, um dos fundamentos cruciais desta metodologia, o que leva ao questionamento sobre a autenticidade²⁰ das relações estabelecidas virtualmente e dos locais onde a pesquisa se desenvolve. No entanto, atualmente é possível estabelecer relações a partir das várias possibilidades que a internet proporciona. Além disto, uma etnografia nunca é um relato perfeito da realidade do objeto que se observa. É uma seleção de tal realidade, recortada e contada a partir do ponto de vista do etnógrafo. É uma interpretação a partir de uma experiência, mesmo que o pesquisador se coloque no lugar do nativo. São os detalhes e as vivências da viagem, ou do deslocamento, que fazem com que os leitores do relato que daí resulta o julguem como uma verdadeira experiência etnográfica no ciberespaço. Ainda, conforme lembra Sá (2005), até mesmo as etnografias presenciais são mediadas, seja por um gravador, por uma câmera fotográfica ou por uma filmadora.

Compreendo que a etnografia na internet não implica, necessariamente, em mover-se de lugar geograficamente. Seu foco e propósito é viver e apreender as experiências dos usuários e não simplesmente deslocar-se. Na internet, como em outros campos, o etnógrafo também pode observar e viver experiências sólidas e intensas. A experiência é mais crucial do que a viagem em si. Neste sentido, Hine (2004, p. 62) argumenta que o etnógrafo não é alguém que viaja e observa de maneira desvinculada. Ele torna-se um participante na medida em que compartilha emoções, preocupações e compromissos com aqueles que investiga. Assim, o campo da etnografia virtual é o campo de relações, caracterizando-se mais do que um lugar; é a possibilidade de o etnógrafo “seguir as conexões que adquirem sentido a partir de um contexto inicial”²¹. (HINE, 2004, p. 76, tradução nossa).

Na internet, os graus de participação do etnógrafo com o grupo de interesse são variáveis e adequáveis a cada pesquisa. Há basicamente dois tipos: o *lurker* e o *insider*. O *insider* é o pesquisador que está profundamente imbricado com seu objeto de estudo, por isso dificilmente não seria percebido enquanto alguém que possui interesse científico no grupo para além do

²⁰ Sobre a autenticidade das relações estabelecidas na internet, Hine (2004) destaca que grande parte da dúvida sobre tal se dá na veracidade do próprio informante uma vez que, na internet, a identidade deste pode ser representada como melhor lhe convir. Lembremos que alcançar esta autenticidade é um ato impraticável em todas as pesquisas em que o pesquisado sabe/percebe a presença do pesquisador. Nos termos de Goffman (2002), nós sempre estaremos representando a nós mesmos, em qualquer situação. Hine (2004, p. 64, tradução nossa) compreende que a autenticidade nada mais é do que uma “manifestação de uma regra segundo o qual o fenômeno sempre se escapa”. Logo, não deve ser encarada como um problema, mas sim, como um tópico digno de análise e atenção por parte do pesquisador.

²¹ “siga las conexiones que adquieren significado debido a un contexto inicial”.

interesse pessoal. Nesta pesquisa coloquei-me no papel de *lurker*, pois observei os *booktubers* no YouTube e por vezes em demais redes sociais que estes estão presentes, com o intuito de interferir o mínimo possível em suas atividades. Não me manifestei por meio de comentários e não me apresentei enquanto pesquisadora. Fiquei “à espreita”. A única ação que revelaria minha presença é a inscrição no canal de interesse através da conta de e-mail criada para a coleta de dados. Braga (2006, p. 05) constata que a prática do *lurking* também é participação, mas de um “tipo especial”, pois aqueles que são observados não discernem, a princípio, a presença do observador.

Todavia, por mais que não houvesse uma participação ativa na comunidade *booktube*, como pesquisadora fui afetada por esta. Acompanhando o grupo por quase cinco anos, pude observar as diversas transformações que aconteceram tanto na comunidade quanto na vida pessoal dos *booktubers* pesquisados. Acompanhei de perto quem namorou, noivou e casou; quem desejava publicar um livro e conseguiu, quem mudou de cidade depois da faculdade; quem enfrentou períodos de depressão e pensou em desistir do *booktube*, ou quem ficou afastado por um tempo do canal para prestar vestibular para medicina (e conseguiu ser aprovado). Vi amizades serem construídas, grupos serem fortalecidos e divergências serem enfrentadas. Acompanhei os dilemas e as alegrias que fizeram parte da vida das pessoas que compunham a comunidade de interesse. Torci por suas conquistas, vibrei com suas vitórias, temi por suas angústias e acabei transformando meu próprio hábito de leitura através das indicações de livros feitas pela comunidade. Esta foi minha companhia diária durante a tese.

A etnografia tradicional baseia-se, essencialmente, nas interações verbais e gestuais. A etnografia na internet, por sua vez, tem base nos textos e nas conversações presentes no ciberespaço que são de interesse do pesquisador. Meu material de pesquisa são os vídeos e comentários postados pelos *booktubers*, assim como demais materiais publicados por estes em outras redes sociais e que elucidaram alguns pontos da pesquisa. Além de comentários realizados pelos seguidores nos vídeos dos *booktubers*, lembrando que levei em consideração os que foram classificados pela plataforma como “Principais comentários” e que estes são mencionados no texto quando pertinente.

Hine (2004, p. 66, tradução nossa) concebe que tais informações devem ser entendidas como “materiais etnográficos que nos falam da compreensão que seus autores possuem da realidade em que vivem”²². Os textos, desta forma, podem ser entendidos como competências sociais, ou ainda, como “artefatos culturais socialmente situados”²³, visto que, para que se possa

²² “materiales etnográficos que nos dicen el entendimiento de que sus autores tienen la realidad en la que viven”.

²³ “artefactos culturales socialmente situados”.

compreender um texto, é necessário levar em consideração o contexto no qual ele foi produzido. Desse modo, ressalta Hine (2004), o texto deve ser tomado em determinadas circunstâncias de consumo e produção, pois assim adquire significados sociais e etnográficos por contemplar um contexto social no qual o pesquisador pode situá-lo.

A compreensão dos textos em um determinado contexto pode se mostrar como um grande desafio para o pesquisador, tal como ocorreu nesta pesquisa. Tanto a facilidade e a rapidez de atualização dos ambientes digitais quanto a dinamicidade das plataformas e dispositivos tecnológicos podem dificultar o trabalho do pesquisador, uma vez que exigem demasiado esforço para que o fenômeno, seus rastros e suas interações sejam apreendidos. (POLINOV, 2013).

Neste aspecto, os *booktubers* apresentaram mudanças significativas no decorrer da tese, mostraram-se como um desafio por potencializar sua complexidade, diversidade e dimensão no decorrer dos quatro anos de estudo. Através da tabulação dos vídeos postados no canal *Perdido nos Livros*, percebi que o *booktuber* tornou diversos vídeos privados, o que impossibilita o seu acesso. O fato de que o material utilizado para a análise pode ser retirado pelo *booktuber* do canal a qualquer momento demonstra a efemeridade e a dinamicidade do *corpus* de pesquisa da etnografia virtual. Mostra, também, que o pesquisador precisa ser precavido, salvando para si o material que almeja analisar. Posto isto, apresento o trajeto exploratório que compôs esta pesquisa, assim como a análise realizada no YouTube.

2.2 A realização da pesquisa

A partir do entendimento sobre o fazer etnográfico, exponho o passo a passo que compôs esta pesquisa. Apresento o percurso exploratório que foi desenvolvido durante a tese, assim como as decisões e escolhas que compuseram o *corpus* de análise. Para que as incoerências observadas inicialmente no YouTube fossem esclarecidas e se transformassem em uma descrição etnográfica, elaborei um modo particular de apreender o objeto, recortado, analisado e compreendido no decorrer da pesquisa.

2.2.1 A fase exploratória

No início desta investigação observei, exploratoriamente, dois campos distintos através da etnografia, um presencial e um virtual, em dois cenários de observação, o YouTube e o Skoob. Realizei pesquisa etnográfica exploratória do fenômeno de interesse durante um ano,

acompanhando presencialmente o grupo formado pelos *scoobers* de Porto Alegre²⁴ nos eventos intitulados *Encontro Skoob*²⁵, ocorridos a cada quinze dias. Durante esta fase da pesquisa, mantive um diário de campo, anotando informações necessárias para a descrição etnográfica. Coloquei-me enquanto observadora participante e realizei entrevistas com 5 *scoobers*. Além da observação presencial deste grupo, também observei a plataforma Skoob, atentando para como esta se caracteriza enquanto rede social segmentada e qual a sua diferença em relação a outras redes sociais, como o Facebook. (JEFFMAN, 2013, 2014a, 2014b).

Os encontros dos *scoobers* sempre são realizados em cafeterias. Deste modo, também objetivava naquele momento entender a relação entre a literatura e os cafés, atentando para o lugar no qual ocorria as relações e conversações. (JEFFMAN, 2014d). O que observei, neste primeiro momento, é que os *scoobers*, após se conhecerem através do Skoob e se socializarem por meio do Facebook e de outras plataformas, ainda careciam de uma socialização que utilizasse a comunicação oral que se realiza presencialmente. A conversa sobre literatura, cultura e assuntos afins fluía em torno das mesas repletas de livros, sendo complementada com xícaras de café.

A relação entre livros e cafés é de longa data. O café é considerado “a bebida da razão” e “o motor do iluminismo”, pois muitas “revoluções foram organizadas em torno de xícaras de café e grandes obras da literatura foram escritas nas mesas das cafeterias” (VIVANE, 2013, online). Briggs e Burke (2006, p. 38) relatam que no século XVI, a cultura oral não se tornou apenas “um resíduo oral”, visto que, “na época desenvolveram-se novas instituições que estruturaram esse tipo de comunicação oral, inclusive grupos de discussão mais ou menos formais, como academias, sociedades científicas, salões, clubes e cafés”. Deste modo, a “arte da conversação foi cultivada com particular intensidade”. Contudo, os autores ressaltam que o local onde mais acontecia essa comunicação oral era nas tabernas [...], nos banhos públicos e nos cafés.

Assim, escritores como Herman Broch, Franz Kafka e Arthur Schnitzer, “faziam e refaziam seus textos nos cafés da cidade”, locais que também atraíam músicos, inventores, arquitetos, cientistas, etc. Na concepção de Bueno (2011, p. 34-35), os cafés eram um “abelheiro de ideias”, uma “usina de sonhos”. Os *scoobers* revelaram, neste primeiro momento, que a contemporaneidade não acabou com a relação entre livros e cafés; tanto na percepção dos leitores quanto na dos empresários que investem em cafés literários. Como nota Vivane (2013, online), “hoje em dia as cafeterias foram oficialmente incorporadas ao ambiente das livrarias,

²⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/153272928063832/?fref=ts>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

²⁵ Disponível em: <<https://www.facebook.com/events/1904519443112349/>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

em espaços multifuncionais que agradam *gourmets* e leitores”. Os cafés são locais propícios para a conversa e a reflexão sobre a literatura, uma relação história e cultural.

Ainda como parte dos processos exploratórios da pesquisa, realizei doutorado-sanduíche²⁶ na *University Of Salford*, sob orientação do professor Dr. Michael Goddard durante o período de fevereiro/2016 a julho/2016. Neste período tinha como objetivo o desenvolvimento de três etapas: aprofundamento teórico da tese mediante frequência na universidade e nos seminários propostos pelo programa, registro de eventos e mapeamento de lugares para o projeto *Poa Music Scenes*, e pesquisa exploratória através de observação participante em cafeterias e livrarias de cidades centrais da Europa, a fim de enriquecer meus dados empíricos obtidos por meio de etnografia em cafeterias da cidade de Porto Alegre.

Antes deste período, realizei um levantamento de locais que poderia observar. Criei um mapa no *Google Maps* intitulado “Pesquisa de Campo²⁷”, adicionando *pins* nos lugares que almejava observar. O mapa foi subdividido em cinco categorias: cafeterias, bibliotecas, livrarias, autores e lugares, e cidade, no qual foram inseridas desde visitas necessárias até visitas ideais. A partir disso, observei, fotografei e registrei informações de dez cafeterias²⁸, cinco bibliotecas²⁹, onze livrarias³⁰, três museus³¹ dedicados à autores, além de observar *Hay-on-Wye*, conhecida como a “Cidade dos Livros”³². Além de consumir café, registrei cada lugar, escrevendo em um diário as impressões e descobertas que cada observação despertava, atentando para as similaridades e peculiaridades de cada local.

Neste primeiro momento, tornou-se claro que os locais relacionados à literatura também são integrantes da cultura literária. Madri, por exemplo, emprega em seus locais a aura de Miguel de Cervantes; Dublin está relacionada à James Joyce e Oscar Wilde; conhecer Portugal também é conhecer Fernando Pessoa; a narrativa de J. K. Rowling pode ser experienciada na Escócia, em Londres e em Portugal. Além disso, as cafeterias que contemplam livrarias apresentaram um fluxo de circulação mais lento que as demais, eram locais escolhidos para a

²⁶ O doutorado-sanduíche foi desenvolvido graças à bolsa proporcionada pela Capes, através do Programa Pesquisador Visitante Especial.

²⁷ Disponível em: <<https://goo.gl/1y9vDW>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

²⁸ The Elephant House (Edinburgh), Harry's New York Bar (Paris), Ye Olde Cock Tavern (Londres), Books for Cooks (Londres), Ocho y Medio libros de cine (Madri), La Casa Encendida (Madri), Swinton & Grant (Madri), La Ciudad Invisible (Madri), Babelia Books & Coffee (Barcelona) e Laie Pau Claris librería-café (Barcelona).

²⁹ Manchester Central Library (Manchester), Biblioteca da Universidade de Trinity (Dublin), Biblioteca Nacional da Espanha (Madri), Biblioteca Britânica (Londres) e National Library of Scotland (Edinburgh).

³⁰ Livraria Lello & Irmão (Porto), Shakespeare & Company (Paris), Word on the Water (Londres), London Review Bookshop (Londres), Stanfords Coffee House (Londres), Foyle (Londres), Anthony Burgess Foundation (Manchester), TASCHEN Store (Amsterdam), Athenaeum Boekhandel Roeterseiland (Amsterdam), The American Book Center (Amsterdam) e Ler devagar (Lisboa).

³¹ James Joyce Centre (Dublin), The Oscar Wilde House (Dublin) e House of Cervantes (Madri).

³² Disponível em: <<https://goo.gl/nbuAIX>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

prática da leitura, para aulas, para reuniões de estudo, para a escrita de trabalhos. Além da combinação Livros + Café, todas tinham em comum o perfil do público: pessoas que não apenas buscavam um local para tomar café, mas um lugar para a concentração e a produção intelectual.

No processo de desenvolvimento da pesquisa, devido às exigências de tempo para a finalização da tese, necessitei fazer um recorte na fase sistemática da pesquisa em relação aos cenários inicialmente pensados para a investigação – Skoob ou YouTube. Optei, então, pelo segundo devido ao seu crescimento exponencial durante os quatro anos de pesquisa, à complexidade que apresentava, unindo vídeos e literatura, pensando que este cenário poderia proporcionar descobertas mais instigantes para a investigação. Os dados coletados na fase exploratória sobre o Skoob foram apresentados em eventos acadêmicos e publicados e almejo, ainda trabalhar com este material em outras oportunidades, pois continuarei pesquisando a relação entre redes sociais, leitores e livros.

2.2.2 A análise sistemática no YouTube

Apreender o YouTube enquanto campo da etnografia foi um desafio, revelando o quão complexa é sua dinâmica e os processos de circulação de conteúdo. Dentro de sua diversidade, meu foco era a comunidade *booktube*, formada por leitores que se relacionam e conversam sobre livros, leituras e demais aspectos referentes à cultura literária. As primeiras aproximações no campo foram realizadas antes mesmo do meu ingresso no doutorado. Em 2012 conheci os *booktubers*, chegando ao YouTube após seguir os rastros de informações sobre livros em outras redes sociais. Nesta época, o local de maior concentração do universo literário na internet era a blogosfera. Num primeiro momento decidi que, além de manter um blog sobre livros³³, também gravaria impressões sobre leituras e as postaria no YouTube³⁴; mas, no decorrer do processo, meu interesse encaminhou-se mais para a compreensão dos significados por detrás daqueles vídeos e da comunidade que começava a se formar a partir deles, do que os produzir.

Após o ingresso no doutorado, passei a analisar os *booktubers* com um olhar voltado às compreensões científicas. O **primeiro passo** para a coleta de um *corpus* de análise foi a criação de uma conta de e-mail do Gmail, para depois inscrever-me nos canais que conheci no decorrer dos três primeiros anos da tese. Este primeiro processo de coleta foi crucial para a análise, uma vez que os canais da maioria dos *booktubers* não possuem as palavras-chaves buscadas – única forma possível de localização por meio da busca da plataforma. A maioria nomeia o canal com

³³ Disponível em: <<http://tauanaecoisasafins.blogspot.com.br>>. Acesso em: 20 set. 2016.

³⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jcjBFK0Vs44>>. Acesso em: 20 set. 2016.

seu próprio nome. Alguns, inclusive, possuíam um nome fictício e depois o alteraram para o seu nome, uma tendência que foi percebida durante a pesquisa. Por exemplo, o nome do canal de Tatiana Feltrin era *Tiny Little Things*, o de Pam Gonçalves era *Garota It*, o de Thereza Andrada era *Thereza Readers* e o de Daniel Destro era *Então, eu li*. Estes *booktubers* passaram a potencializar o seu nome, e não o nome do canal, dentro da comunidade e no mercado literário.

Há, ainda, aqueles que inseriram seu nome junto ao nome do canal como, por exemplo: *PERDIDO NOS LIVROS / Eduardo Cilto*³⁵, *Mel Ferraz Literature-se*³⁶, *Bruna Camargo | Papo de Estante*³⁷ e *Duda Menezes - Book Addict*³⁸. Percebi, também, uma grande quantidade de nomes de canais literários em inglês. Deste modo, o contato constante com a comunidade de interesse foi fundamental para que os *booktubers* fossem encontrados e para que eu percebesse as mudanças que estavam ocorrendo. Foi assistindo diversos vídeos, acompanhando vários *booktubers*, utilizando suas indicações e a *linkagem* do próprio YouTube – através dos vídeos relacionados com o conteúdo consumido na conta de Gmail criada para esta pesquisa – que consegui localizar, acompanhar e conhecer a comunidade *booktube*.

O **segundo passo** foi a coleta e sistematização de dados de todos os canais literários encontrados durante o período de 01 de março de 2016 até 31 de maio de 2016, resultando em uma tabela de Excel (Apêndice A). A coleta foi desenvolvida a partir do sistema de busca do YouTube com o auxílio do filtro: “Tipo: Canal”, realizada de forma manual. Empenhei-me em encontrar os *booktubers* utilizando como tema de busca as unidades de codificação: livro, livros, ler, leitores e leitura. Nesta coleta foram considerados os canais em que percebi que sua temática é a cultura literária. Alguns canais não foram considerados *booktubes* mesmo apresentando alguns vídeos sobre livros, isto porque estes foram gravados de forma esporádica, não se caracterizando como tema central de interesse do *youtuber*.

Determinados *booktubers* que falam de livros e outros temas, como moda e maquiagem, foram considerados porque percebi um equilíbrio entre os interesses e, principalmente, porque esses *booktubers* são reconhecidos por outros *booktubers* como tal e inseridos na comunidade. Também não foram considerados canais dedicados apenas a um produto específico, mesmo que relacionado à cultura literária como, por exemplo, os canais elaborados por fãs de *Harry Potter*

³⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/0tcV6X>>. Acesso em: 27 set. 2016.

³⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/wh8dOx>>. Acesso em: 27 set. 2016.

³⁷ Disponível em: <<https://goo.gl/zNwCF5>>. Acesso em: 27 set. 2016.

³⁸ Disponível em: <<https://goo.gl/UITzMR>>. Acesso em: 27 set. 2016.

(*Observatório Potter*³⁹, *O Expresso de Hogwarts*⁴⁰, *Caldeirão Furado*⁴¹, *Potterish Oficial*⁴², *O Profeta Diário*⁴³), ou os relacionados apenas às histórias em quadrinhos (*Na disciplina*⁴⁴, *Central HQs*⁴⁵, *2quadrinhos*⁴⁶).

Apesar de discernir ser uma tarefa inviável apreender todos aqueles que compõem a comunidade de interesse, o levantamento dos dados compilados em tabela teve como intuito visualizar o universo destes dentro do YouTube a partir do empenho em localizar o maior número possível de *booktubers* brasileiros. Além disso, era perceptível que o fenômeno estava tomando grandes proporções no decorrer da pesquisa. Deste modo, era necessário verificar com dados quantitativos o exponencial acréscimo de *booktubers* à comunidade, percebido principalmente no ano de 2015. Todavia, os objetos de estudo da etnografia virtual são dinâmicos, logo, durante a escrita da tese e das compreensões desenvolvidas, muitos vídeos foram postados, inscrições foram realizadas e, possivelmente, alguns canais foram criados, outros extintos e outros modificados.

A tabela em que foram sistematizadas as observações desta etapa foi composta com as seguintes informações: Número de inscrições, Coleta, URL, Nome do(s) *booktuber*(s), Nome do *booktube*, Descrição, Início, Views, Quantidade de vídeos, Último vídeo, Data da coleta e Informações adicionais. Foram localizados **583 booktubes**, **630 booktubers** e **42.692 vídeos**, totalizando **2.958.859 inscrições**, organizados na tabela em ordem decrescente, levando em consideração o número de inscrições do canal. Conforme mencionado, havia a percepção de que a quantidade de canais literários apresentava acréscimos no decorrer da pesquisa. Considerando a data de início dos canais inseridos na tabela (Apêndice A), observa-se que foram criados 3 canais (0,5%) em 2009; 26 (4%) em 2010; 79 (13,5%) em 2011; 56 (10%) em 2012; 107 (18%) em 2013; 126 (22%) em 2014; 146 (25%) em 2015 e, 40 (7%) no primeiro semestre de 2016. Ressalto que o gráfico apresenta um decréscimo no ano de 2016 porque as análises foram findadas no meio do ano.

Isso demonstra que, dentre os 8 anos de existência dos *booktubers* brasileiros (2009-2016), 164 canais foram criados antes do início da pesquisa (entre os anos de 2009 e 2012) e 419 durante a mesma (entre os anos 2013 e 2016). Ou seja, 72% dos *booktubes* nasceram

³⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/observpotter>>. Acesso em 10 jul. 2016.

⁴⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/canalcalse>>. Acesso em 10 jul. 2016.

⁴¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/MundoDoNada>>. Acesso em 10 jul. 2016.

⁴² Disponível em: <<https://goo.gl/3p5fJU>>. Acesso em 10 jul. 2016.

⁴³ Disponível em: <<https://goo.gl/L9GEZy>>. Acesso em 10 jul. 2016.

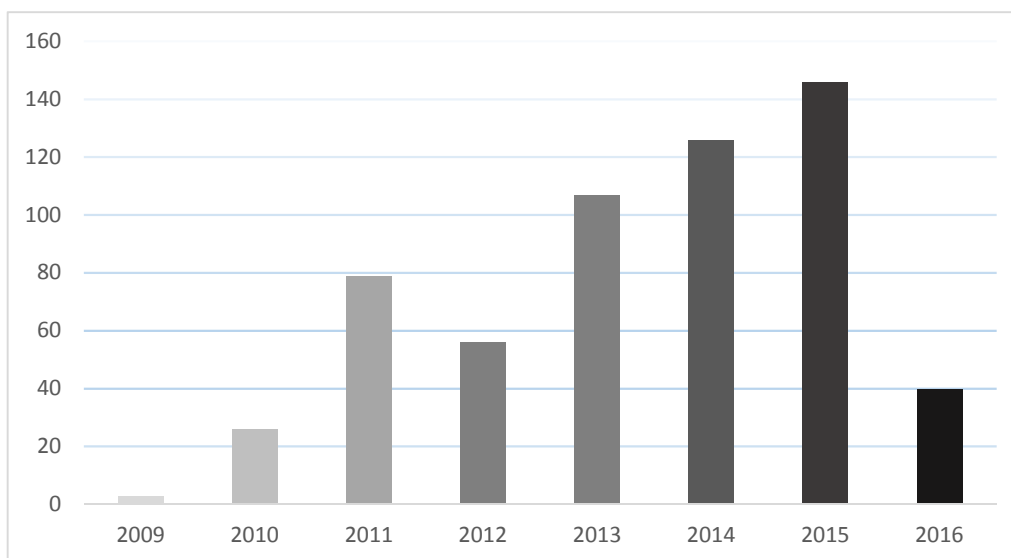
⁴⁴ Disponível em: <<https://goo.gl/RIKOeS>>. Acesso em 10 jul. 2016.

⁴⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/FCBedin>>. Acesso em 10 jul. 2016.

⁴⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/N2DU6P>>. Acesso em 10 jul. 2016.

durante o período da pesquisa. Constatei um aumento gradativo nos anos de 2013, 2014 e 2015, sendo este último o ano em que houve o maior acréscimo de criações de canais. Logo, o fenômeno observado foi crescendo à medida que a investigação avançava.

Gráfico 1 – Ano de início dos *booktubes*.



Fonte: Elaborado pela autora.

Foi através desta tabela que consegui observar mais atenta e amplamente a diversidade da comunidade *booktube*. Por meio das descrições dos canais, consegui inferir o modo como os *booktubers* se apresentam, revelando-se a partir de gostos e características pessoais. Em outras palavras, o mapa cultural que o *booktube* estabelece foi observado de forma ampla com o auxílio deste mapeamento no YouTube. Com a construção da tabela, iniciei a compreensão das diferentes performances existentes na comunidade, buscando vídeos de diversos *booktubers* que se mostravam relevantes neste primeiro contato.

O **terceiro passo** foi analisar a tabela com todos os *booktubers* localizados a fim de selecionar os que fariam parte da fase sistemática da pesquisa, para que o conteúdo publicado nos canais durante o período de um ano fosse tabulado e observado. Por saber que a maioria dos canais que não possuem um número significativo de inscrições tende a se inspirar nos mais antigos ou com maior número de inscrições e visualizações, focalizei os dez primeiros *booktubes* inseridos na tabela⁴⁷. São eles:

⁴⁷ O *booktuber* Bruno Miranda não foi considerado aqui entre os dez primeiros *booktubers* com maior número de inscritos porque está, atualmente, com seu canal inativo. Em nossas observações, sua última postagem foi em 04 de setembro de 2015.

Tabela 1 – Informações sobre os dez *booktubes* com maior número de inscrições.

Número de inscrições	Nome do(s) booktuber(s)	Nome do Canal	Início do canal	Views	Qde de vídeos	Data da coleta
243.883	Eduardo Cilto	PERDIDO NOS LIVROS / Eduardo Cilto	2/11/2012	7.406.572	167	16/03/2016
183.958	Tatiana Feltrin	Tatiana Feltrin	31/07/2009	240.140.182	613	01/03/2016
182.521	Pam Gonçalves	Pam Gonçalves	21/07/2012	6.911.117	288	16/03/2016
137.350	Tatiany Leite, Danilo, Cesar, Guto, Gabriel, Lucia	Cabine Literária	12/02/2011	9.825.139	984	02/03/2016
125.732	Melina Souza	Melina Souza	1/03/2012	5.461.297	267	11/03/2016
109.436	Bel Rodrigues	Bel Rodrigues	5/06/2013	2413879	148	02/03/2016
104.699	Bárbara Matsuda	Letras de batom	25/07/2011	6.362.453	220	09/03/2016
85.396	Pedro e Hugo	Pedruço	18/10/2013	2.526.259	77	23/09/2016
61.749	Thais Wandrofski	Thais Wandrofski	4/02/2012	2.989.241	363	21/03/2016
60.556	Victor Almeida	Geek Freak	10/07/2014	2.309.094	183	07/03/2016

Fonte: Elaborada pela autora.

A partir do acompanhamento dos canais, das observações dos vídeos e da análise da descrição dos *booktubes*, almejei compreender peculiaridades e semelhanças entre os dez selecionados, a fim de selecionar casos que contemplassem conteúdos, informações e características que manifestassem tanto o padrão de produção de conteúdo que um *booktube* abarca, quanto a diversidade de gostos e modos de fazer o canal revelando, desta forma, que a comunidade possui uma diversidade que, na maioria das vezes, não é percebida por aqueles que não fazem parte deste grupo.

Dentre os dez selecionados, os canais de Melina Souza, Bárbara Matsuda, Thais Wandrofski, Pam Gonçalves e Bel Rodrigues possuem semelhanças e guiam-se por gostos, estilos de vídeo e leituras similares. Estas duas últimas, além de possuírem um canal com a mesma identidade, moram na mesma cidade, são formadas no mesmo curso acadêmico, produzem projetos de leitura em conjunto e publicaram o livro *Amor nos tempos de likes* (2016), em parceria com Pedro e Hugo, do canal *Pedruço*.

Melina e Bárbara possuem, ainda, outra característica em comum: falam tanto sobre leitura quanto sobre moda e maquiagem. O canal *Cabine literária* possui características únicas dentre os dez. Contudo, notamos que, por ser gerido por seis pessoas e ter características baseadas em um modelo de negócio, mesmo que relevante para a comunidade *booktube*, não é condizente com nossas pretensões de pesquisa. Isso porque não teria uma performance de gosto para ser analisada, mas seis, fato que desequilibraria a demanda de análise entre os canais. Além disso, publica um vídeo por dia, fato que tornaria inviável a coleta em tempo hábil para análises. Deste modo, foram selecionados três *booktubers* que possuem características e peculiaridades

distintas e produzem conteúdos que nos instigaram uma maior investigação: Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto e Victor Almeida.

Figura 1 – Tatiana Feltrin (2014 e 2016).



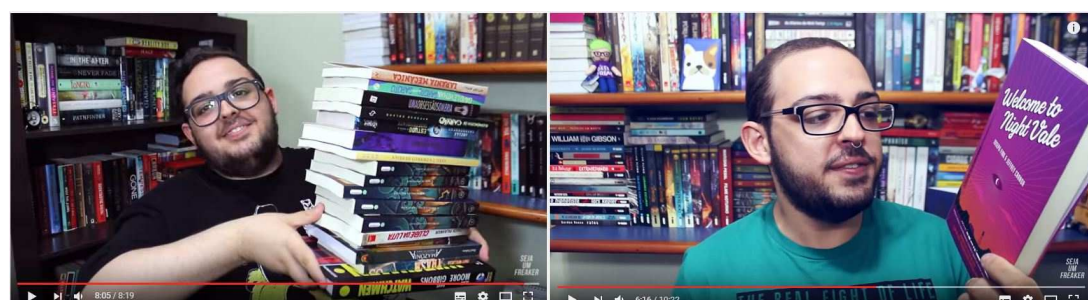
Fonte: <https://youtu.be/Mf9sPBAEK9s> e <https://youtu.be/EUKY5hhZW1c>

Figura 2 – Eduardo Cilto (2013 e 2016).



Fonte: <https://youtu.be/uBESNYAD2YY> e <https://youtu.be/64sxM8gHKfY>.

Figura 3 – Victor Almeida (2014 e 2016).



Fonte: <https://youtu.be/XVspAwrgfB8> e <https://youtu.be/Skr1ELeh1rM>.

Tatiana Feltrin, além de ser a primeira *booktuber* brasileira, também é uma leitora voraz, apresentando uma dinâmica e estrutura de conteúdos em seu canal que não são percebidos nos demais canais analisados. Foca-se essencialmente em uma leitura que não está em voga no mercado editorial, fato que diversifica o tipo de leitura observado na comunidade. Eduardo Cilto é o *booktuber* que possui maior número de inscrições, contudo, o que o torna único é a forma criativa e divertida em que usufrui das narrativas que lê. Victor Almeida é o *booktuber* que mais promove interação dentro da comunidade, é organizador de diversos eventos que

acontecem *off-line*. Além disso, apresenta-se como um leitor que também é *geek*, uma identidade representativa na comunidade.

Com os três *booktubers* selecionados, iniciei o **quarto passo**, ou seja, o processo de coleta de dados dos vídeos, originando três tabelas (Apêndices B, C e D), uma para cada canal, compostas com as seguintes informações: URL, Título do vídeo, Data, *Views* e Número de comentários. Se a primeira tabela (Apêndice A) foi desenvolvida com o intuito de observar de forma ampla a presença dos *booktubers* brasileiros no YouTube, as demais foram feitas com a finalidade de apreender os conteúdos que compõem um *booktube*. Foi através da observação, registro e análise do conteúdo postado durante o período de um ano que pude observar a estrutura dos canais, os tipos de vídeos e demais assuntos contemplados para além da cultura literária. A partir desse empenho, consegui perceber – e mostrar – quais são as outras formas de divulgar e conversar sobre o universo dos livros e da Indústria Cultural.

Todos os 378 vídeos (223 de Tatiana Feltrin, 51 de Eduardo Cilto e 104 de Victor Martins) registrados nas três tabelas foram assistidos do início ao fim repetidas vezes; isto porque, além das informações inseridas no YouTube, necessitava conhecer o conteúdo de cada vídeo para que, assim, discernisse quais seriam os que deveriam ser mais aprofundadamente analisados durante a descrição etnográfica. Além disso, somente assistindo aos vídeos pude conhecer o *booktuber*, suas expressões, opiniões, gostos e demais informações que me permitissem dimensionar tanto a estrutura de um canal literário quanto a essência que o compõe. Trejeitos, histórias, gestos, fatos pessoais, fatos literários, divergências, afetos, projetos e conversações só foram apreendidos através do contínuo contato com os *booktubers* por meio de seus vídeos e, algumas vezes, de suas publicações em outras redes sociais. Nas tabelas, inseri entre colchetes observações coletadas enquanto assistia aos vídeos e que me possibilitaram melhor compreensão acerca do grupo observado.

Os registros de conteúdos compartilhados no período de um ano pelos três *booktubers* selecionados foram, então, organizados em 12 categorias que englobam os tipos de vídeo que descrevo a seguir.

- *Tag*: Vídeos dedicados às tag's, variando entre a tradução/criação de uma tag ou a resposta de quem foi tagueado. Geralmente a palavra “TAG” era inserida no título do vídeo; outras vezes, a categoria revelava-se a partir da observação do seu conteúdo.
- *Resenha*: Vídeos que foram produzidos exclusivamente como resenhas de um ou mais livros. O conteúdo de uma mesma obra pode permear vários vídeos, desdobrando-se em diversos diálogos. Deste modo, esta categoria tem como intuito agrupar os vídeos dedicados à

explicação do conteúdo do livro, impressões do *booktuber* sobre este e demais informações tendo a obra – ou as obras – como elemento norteador da conversa.

- *Atualizações*: Vídeos que atualizam os seguidores ou quem acompanha os *booktubers* sobre suas leituras, aquisições e presentes. Entram nessa categoria vídeos de leituras que serão feitas, últimas leituras realizadas, últimas compras e últimos livros e presentes recebidos. São vídeos geralmente postados no início e no fim do mês.
- *Gosto*: Vídeos que revelam explicitamente os gostos dos *booktubers*, como lista de favoritos, lista de indicações ou diálogos sobre preferências.
- *Projetos de leitura*: Vídeos que contemplam projetos de leitura, geralmente com uma sequência lógica e simultânea entre vídeos e páginas lidas, e/ou realizado com outros *booktubers* e/ou com seguidores.
- *Vídeos de socialização*: Engloba vídeos que foram gravados com outras pessoas – indicado pela expressão “feat”, ou que se destinam a uma maior aproximação entre os *booktubers* e os seguidores. Vídeos de maratonas, desafios, jogos, e “Você escolhe” compõem esta categoria.
- *Vídeos de contemplação*: Vídeos contemplativos, nos quais contempla-se uma data, uma comemoração, uma ideia, etc., resultando em vídeos com um tom mais emocional.
- *Unboxing*: Vídeos dedicados a esta prática, englobando desde compras de livros até caixas surpresas.
- *Vídeos confessionais*: Vídeos nos quais dialogava-se sobre o canal, sobre o *booktuber* ou assuntos relacionados a este.
- *Séries, filmes e músicas*: Vídeos relacionados à demais produtos da Indústria Cultural para além do livro.
- *Vídeos criativos*: Vídeos de paródias, performances e dramatizações, tutoriais, etc.
- *Plubieditorial Amazon*: Espaço comercial dedicado à Amazon.

Com as tabelas impressas, observei mais atentamente os dados ali contidos utilizando um sistema de cores⁴⁸ para que as categorias fossem visualizadas, agrupadas e analisadas. Tal apreensão compôs meu **quinto passo**, sendo que nem todas as categorias foram observadas nos três canais. A partir da categorização e da contabilização dos vídeos, é possível perceber o foco dado pelo *booktuber* no seu canal e os conteúdos que são publicados de modo mais expressivo. Através dos Gráficos 2, 3 e 4, que são apresentados e discutidos no capítulo 6, analisei tanto as

⁴⁸ Na versão digital das tabelas é possível visualizar a classificação de cada canal através de um sistema de cores.

similaridades e as peculiaridades de cada canal quanto as características chaves para que o *booktube* fosse selecionado para a análise.

Como **sexto passo** foi desenvolvido um roteiro de observação para a realização da observação sistemática e da descrição etnográfica, com o objetivo de responder as indagações científicas e cumprir os objetivos da pesquisa, amparado nos preceitos teóricos desenvolvidos na sua fundamentação. Este roteiro norteou minhas observações, atuando como estrutura base para a elaboração do capítulo de análise. O roteiro foi composto por 3 eixos que englobam, cada um deles, dimensões mais específicas de observação, conforme descrevo a seguir.

Eixo 1- A representação do eu

Compõe este eixo dimensões de observação que visam captar modos como o *booktuber* constitui e apresenta seu papel social. A partir do embasamento teórico e da análise dos vídeos, entendo os aspectos que compõe o “eu” de cada um dos três *booktubers* selecionados para análise. São elas:

- ***Aparência visual***: nesta dimensão foi observado o equipamento expressivo padronizado empregado pelos *booktubers* em suas representações, especificamente relacionado a sua fachada pessoal.
- ***Linguagem verbal, gestual, corporal***: atentei-me aqui em compreender as expressões e as formas de linguagem empregadas pelos três *booktubers*.
- ***Cenário (espacialidades e objetos)***: a fachada social dos *booktubers* foi apreendida por meio da análise de seus cenários, observando também o quarto como espaço publicizado no qual a cultura material é parte constituinte.
- ***Papel constituído***: após conhecer os *booktubers*, explano aqui o papel constituído por cada, percebido por meio dos elementos empregados em sua representação.
- ***Temporalidades***: observando as datas de publicações dos três canais analisados, pude inferir a temporalidade de suas produções, bem como os casos em que essa temporalidade é alterada.
- ***Uso de recursos audiovisuais e da plataforma YouTube***: neste item almejei descrever e analisar como os *booktubers* se apropriam de recursos audiovisuais e da plataforma. Estes dados me mostraram como eles são letrados em YouTube, assim como possuem conhecimentos técnicos acerca de gravação, edição e propagação de vídeos.

Eixo 2 - Experiências e práticas de leitura, o livro enquanto bem e enquanto mercadoria

Este eixo de observação e análise objetiva compreender mais especificamente a relação dos *booktubers* selecionados com a cultura literária. Expressa as preferências, vivências e experiências que compõem a trajetória dos *booktubers* enquanto leitores e apreende o livro enquanto bem dotado de significados e enquanto mercadoria, ainda integrante do sistema de mercado.

- ***Gostos e preferências***: inclui os gostos que foram expressos pelos *booktubers* de forma mais enfática, utilizando essencialmente a categoria de vídeos denominada Gosto.
- ***Experiências de leitura***: foram observadas neste item as experiências que compõem e particularizam a trajetória enquanto leitor de cada *booktuber* selecionado para análise, assim como experiências de leitura que são compartilhadas pela comunidade *booktube*.
- ***Hábitos e práticas de leitura***: este aspecto inclui o modo de apropriação da palavra escrita, bem como os hábitos, manias, lugares e peculiaridades em relação à leitura enquanto prática.
- ***Relação com o livro através de sua materialidade***: esta dimensão procura apreender os *booktubers* refletem sobre a materialidade e a presença do livro enquanto objeto.
- ***Distinções entre livro físico e digital***: inclui as reflexões dos *booktubers*, bem como suas preferências, em relação ao aparato utilizado para a leitura.
- ***Relações com o mercado editorial***: neste aspecto buscava captar as relações que se estabelecem entre a comunidade *booktube* e o mercado editorial, atentando para as relações com o livro entendido enquanto mercadoria.

Eixo 3 - Os processos de interação, relações e conversações constituídos no *booktube*

Neste eixo os processos comunicativos na comunidade *booktube*, através da performance dos *booktubers*, foram o foco de atenção.

- ***Temáticas das interações/conversações propostas nos vídeos***: neste item foram examinados os conteúdos dos vídeos postados pelos três *booktubers* estudados. Além de compreender as temáticas de conversação e interação da comunidade, buscou observar o foco de cada *booktuber*.
- ***Conversações, expressões, negociações, conflitos***: nesta dimensão foram observados processos de conversação na comunidade, as expressões criadas ou apropriadas pelos *booktubers* e, entendendo que esta conversa nem sempre ocorre de forma harmoniosa, as negociações e os conflitos.

- **Presentes**: esta dimensão buscou observar as relações estabelecidas através dos presentes; livros e presentes são aqui entendidos como objetos dotados de afetividade, ofertados aos *booktubers* não como mercadoria, mas como dádivas.

Com o discernimento do que precisava observar, analisar e compreender nos vídeos e nas interações por eles proporcionadas, entendendo-os em seu conjunto, realizei ponderações alicerçadas nas compreensões ofertadas pelos autores, descobrindo que há lógicas de organização, dinâmicas e estruturas por detrás da complexidade do YouTube, um espaço que se mostrava incoerente.

A partir disso, o **sétimo passo** foi desenvolver o texto etnográfico, focando nos três *booktubers* selecionados, mas não me limitando a eles. Como meu interesse era a comunidade, Tatiana Feltrin, Eduardo Cildo e Victor Almeida atuaram como representantes da diversidade que compõe o fenômeno *booktube*, sendo que dados de outros *booktubers* foram trazidos para o texto como complemento ou contraponto às descobertas reveladas nos casos focalizados. Ressalto, por fim, que algumas expressões próprias da comunidade aparecem no decorrer da pesquisa, sendo esclarecidas no Quadro 1, apresentado no capítulo 7.

Feitas as explicitações sobre o percurso metodológico da pesquisa, no próximo capítulo apresento a contextualização do meu objeto de estudo ao observar aspectos relativos ao percurso histórico do livro, o entendimento sobre o leitor e a leitura, assim como a reflexão sobre o suposto fim do livro e sua relação com a cultura da internet.

3 LER

O presente capítulo supre as pretensões de conhecer e contextualizar aspectos relativos ao objeto desta pesquisa. Especificamente, aqui contextualizo elementos importantes referentes à história do livro, do leitor, da leitura e discuto o suposto fim do livro enquanto aparato físico⁴⁹. Meu ponto de partida é a comunicação, mas o objeto de estudo se constrói na intersecção dos livros e dos leitores com as redes sociais. Deste modo, não poderia avançar nas descobertas e análises sem antes compreender os aspectos que compõem a trajetória do livro, até porque a pesquisa busca contribuir com este trajeto, acrescentando trilhas ainda não desbravadas, observando aquelas que já foram traçadas. Além disso, analiso as “lamentações nostálgicas” e os “entusiasmos ingênuos”, como diria Chartier (2002, p. 9), apresentando na discussão as diversas vozes que até hoje conversaram – ou se desentenderam – sobre o tema.

3.1 A Escrita

A tecnologia da informação sofreu quatro grandes mudanças desde que aprendemos a falar: a invenção da escrita⁵⁰, do códex – também chamado de códice –, da impressão com tipos móveis e da comunicação eletrônica. A primeira invenção “foi o avanço tecnológico mais importante da história da humanidade” de acordo com o pesquisador Jack Goody, pois “transformou a relação do ser humano com o passado e abriu caminho para o surgimento do

⁴⁹ Nesta investigação não realizamos uma explanação completa e exaurida sobre o tema. Há um número considerável de autores e pesquisas que se dedicam a tal temática. Para além dos autores aqui apresentados, a fim de aprofundamento sobre o assunto deste capítulo, sugerimos também a leitura de: Castro (2009), Abreu (1999), Bergier (2002), El Far (2006), Faguet (2009), Fischer (2006), Lajolo e Zilberman (1999, 2009), Lima (2002), Martins (1982), Witter (2004), Woolf (2007) Proust (1991), Silveira (2004) e Yunes (2009).

⁵⁰ Pensando historicamente, a primeira a surgir foi a **escrita pictográfica** (*pictu*: imagem, *graphia*: escrita), que se trata dos símbolos e desenhos registrados geralmente nas paredes das cavernas. Tendo como base tal sistema, criou-se a **escrita ideográfica**, composta por ideogramas que representam palavras, ideias ou objetos. Surgia então a escrita **cuneiforme**, sinais em formato de cunha representando sons ao invés de objetos. Praticamente na mesma época dos sumérios, surgia no Antigo Egito a **escrita hieroglífica** (grafia sagrada), considerada um sistema de escrita sacra e monumental. Posteriormente temos o início da decodificação do sistema da escrita com o surgimento da **escrita silábica**, onde o som da combinação de consoantes e vogais gerava um símbolo. Por fim, mais ou menos em 1000 a.C. surge a **escrita alfabética e fonética**, graças aos fenícios, a partir da necessidade de redigir contratos rapidamente. Contudo, o alfabeto fenício era composto apenas por consoantes. As vogais eram percebidas no contexto da leitura. A partir do aperfeiçoamento do alfabeto fenício, por volta de 750 a.C., o **alfabeto grego** foi produzido. Os caracteres para sons das vogais foram incluídos após os gregos analisarem todos os sons e fonemas utilizados na linguagem oral, conseguindo representá-los com vinte e quatro caracteres – consoantes e vogais –, transformando seu alfabeto em um eficiente e abrangente sistema de leitura e escrita. A simplificação transformou o alfabeto grego no modelo dos alfabetos ocidentais posteriores, como o alfabeto romano – também conhecido como alfabeto latino. Este é o alfabeto da língua portuguesa. (MANGUEL, 1997, p. 2010-215, grifo nosso). Ver mais em: <<https://goo.gl/yWgNr3>>.

livro como força histórica”. (DARNTON, 2010, p. 39). Para Horellou-Lafarge e Segré (2010), o surgimento da escrita mudou o modo como a sociedade apreende e pensa o mundo.

Na concepção de Flusser (2010), antes da invenção da escrita nada aconteceu pois, para que algo pudesse de fato acontecer, deveria ser compreendido e percebido por meio de uma consciência de acontecimentos, de uma consciência histórica. Antes da escrita, tudo era percebido como um círculo eterno; somente após sua invenção, por meio de uma imersão na consciência histórica, é que os acontecimentos se tornaram possíveis. Escrever é transcodificar o pensamento, é traduzir um código de imagens para um código compactado de linhas. É transformar um código confuso no código distinto e claro da escrita. Os contextos transformam-se em textos.

A escrita foi um grande avanço para a humanidade, mas também foi vista como uma ameaça. É conhecida a percepção de Sócrates de que a escrita acabaria com o poder da memória. Ele argumentava que “o texto lido não passava de palavras, nas quais signo e significado sobrepunham-se com precisão desconcertante”. Os livros, para Sócrates, eram de fato um auxílio para o conhecimento e para a memória, mas o verdadeiro erudito não deveria precisar deles, já que concede que o conhecimento jamais poderia ser adquirido através de letras mortas. É uma felicidade para nós que Platão e Xenofonte, discípulos de Sócrates, não concordassem com ele, pois registraram tal opinião e suas memórias chegaram até os dias de hoje graças a seus registros escritos, nota Manguel (1997, p. 77-78).

Para Eco (1996, p. 1), a preocupação de Sócrates exprimia o eterno temor “de que um novo feito tecnológico pudesse abolir ou destruir algo que considerássemos precioso, útil, algo que representasse para nós um valor em si profundamente espiritual”. Na concepção de Carr (2011, p. 243), o temor foi mal colocado, pois “os livros proporcionam um suplemento à memória”. Eles a aprimoram, a desafiam. No entanto, Sócrates tinha razão, em parte. Enganou-se em relação aos livros, mas estava correto ao alertar sobre a nossa percepção acerca dos “tesouros da memória”. A “previsão pode ter sido prematura, não errada”. Não são os livros que ameaçam a memória. É a internet⁵¹, ressalta Carr (2011, p. 244).

⁵¹ Esta afirmação será elucidada no decorrer deste capítulo.

3.2 O Livro

A história do principal suporte da escrita – o livro – nos revela que a criação do códex⁵² transformou a experiência de leitura e possibilitou a difusão do cristianismo na Idade Média⁵³. Formado por tábuas retangulares, revestidas de cera e unidas com anéis ou cordas, o códex criou o ato de folhear páginas, onde estas atuavam como uma “unidade de percepção”. (CHARTIER, 1999a, p. 5). O manuseio do livro tornou-se mais fácil, o que pode explicar a popularidade do códex pois, segundo Manguel (1997, p. 151), “de todas as formas que os livros assumiram ao longo do tempo, as mais populares foram aquelas que permitiam ao leitor mantê-lo confortavelmente nas mãos”.

Além das páginas que poderiam ser folheadas, a nova invenção também incluía palavras diferenciadas, ou seja, separadas por espaços, assim como os capítulos e parágrafos, o sumário, o índice, maiúsculas e minúsculas, e demais “auxílios à leitura” (DARNTON, 2010, p. 40), fato que facilitava tal tarefa pois, por escassez de papel, o texto no pergaminho era escrito sem espaços entre as palavras, o que exigia um trabalho de decifração por parte do leitor e facilitava o erro por parte do copista. (BELLEI, 2002). Com estas mudanças, a própria maneira de ler mudou, pois já não se tratava mais de decifrar um texto, e sim, captar seu sentido para poder comentá-lo. (HORELLOU-LAFARGE; SEGRÉ, 2010).

⁵² A história do livro teve seu início na Babilônia, segundo os arqueólogos. Inicia com os textos fixados em **tabuletas de argila**, que foram sucedidas pelo papiro, pelo pergaminho, pelo códex, pelo papel e pelo digital; sendo que estes dois últimos convivem concomitantemente em nossos dias. Manguel (1997, p. 207, grifo nosso) sublinha que o inventor das primeiras tabuletas de argila “deve ter percebido as vantagens que essas peças ofereciam sobre manter a memória no cérebro”. Uma notícia, um pensamento, um número poderia existir e serem transmitidos sem a necessidade da presença física do mensageiro. Logo, “podia ser imaginado, anotado e passado adiante através do espaço e do tempo”. A primeira incisão não inventou apenas o ato de escrever, criou também o leitor, já que o objetivo do texto era ser lido. Esta relação entre leitor e escritor, nota Manguel (1997, p. 207), “apresenta um paradoxo maravilhoso: ao criar o papel do leitor, o escritor decreta também a morte do escritor, pois, para que um texto fique pronto, o escritor deve se retirar, deve deixar de existir”. A relação passa a ser estabelecida entre texto e leitor e é somente por meio desta que o texto ganha vida. Em outras palavras, “toda escrita depende da generosidade do leitor”. Em 3.500 a.C. cria-se o **papiro**, composto por rolos de até 40 metros de comprimento, considerado por Martins (2002, p. 61, grifo nosso) “o mais célebre de todos os produtos vegetais empregados na escrita”. Segundo Giovannini (1987, p. 36-53, grifo nosso), o papiro era leve e resistente, fácil de transportar e, assim, não demorou até que ultrapassasse as fronteiras, chegando à região do Oriente Médio, suplantando as tábuas de argila, até ser difundido por todo o mundo antigo. Posterior ao papiro, até meados do século III, o **pergaminho** era o artefato utilizado para leitura, composto por rolos que eram enrolados e desenrolados. Criado na Grécia, na colônia de Pérgamo, o pergaminho era composto por folhas retangulares costuradas juntas em rolos. A escrita se dava em colunas verticais e, para lê-la, o leitor segurava a extremidade inicial com a mão esquerda e desenrolava a tira com a mão direita. Suas folhas eram feitas a partir de pele curtida de animais como o carneiro, onde escrevia-se com o auxílio de penas de ganso.

⁵³ Para Febvre e Martin (p. 130 apud MCLUHAN, 1972, p. 254) “foi com o cristianismo que o livro veio a receber sua mais alta consagração. O cristianismo era a religião do Livro Sagrado. Cristo é o único deus que a arte antiga representa com um livro”.

Por volta de 1440-1445, o jovem gravador Johannes Gutenberg notou que a impressão de textos poderia ser mais rápida e eficiente se as letras fossem cortadas separadamente em tipos reutilizáveis, diferentemente dos blocos que eram usados na xilogravura para a impressão de ilustrações. Auxiliado por empréstimos de grandes quantias proporcionado pelo vizinho Johann Fust, Gutenberg passou anos desenvolvendo seu empreendimento. Conseguiu criar “prismas de metal para moldar as faces das letras, uma prensa que combinava características daquelas utilizadas na fabricação de vinho e na encadernação, e uma tinta de base oleosa”. (DARNTON, 2010, p. 40). Então, entre 1450 e 1455, a invenção da tipografia transformou o códex⁵⁴.

Gutenberg conseguiu produzir o primeiro livro impresso com tipos móveis, uma Bíblia de 1.200 páginas, composta por duas colunas com 42 linhas em cada página, apresentando-a na Feira Comercial de Frankfurt⁵⁵. Logo após a impressão da primeira Bíblia, diversas máquinas impressoras foram instaladas na Europa⁵⁶. A invenção de Gutenberg se propagou de “forma avassaladora, deixando o livro ao alcance de círculos cada vez mais amplos de leitores”. (DARNTON, 2010, p. 40). A partir dos tipos móveis, do prelo e da tinta gorda, os livros foram produzidos em maior quantidade, a um custo mais baixo e com formas de manuseio mais fáceis. Shirky (2011, p. 42) argumenta que os tipos móveis proporcionaram “uma abundância de livros” pois, com a invenção de Gutenberg, a cópia de um livro era 300 vezes mais rápida do que a feita por um copista. Deste modo, muitos copistas desistiram de produzir exemplares de livros que já existiam.

A pólvora e a bússola, declarou Francis Bacon (apud CARR, 2011), são as únicas invenções que se comparam ao impacto que a prensa tipográfica teve na humanidade. Chartier (1999a, p. 7) argumenta que a invenção de Gutenberg “transfigurou a relação com a cultura

⁵⁴ Sabemos que o início da tipografia surgiu na China no século VIII. Contudo, como destaca McLuhan (1972, p. 177), os chineses utilizavam blocos de madeira e não primas de metal como Gutenberg. Exerceram pouca “influência na emancipação do pensamento”, bem como para a propagação da tipografia. McLuhan (1972, p. 62) nota que o “objetivo da tipografia entre os chineses não era criar produtos uniformes e repetidos para um mercado e um sistema de preços. A impressão era uma versão nova de seus moinhos-de-orações”. Mas, sobretudo, foi a escrita ideográfica dos chineses que se mostrou como “o real obstáculo para o desenvolvimento da tecnologia tipográfica em sua cultura”, uma vez que a “escrita fonética era prelúdio indispensável à descoberta da imprensa”, ressalta McLuhan (1972, p. 212).

⁵⁵ Gutenberg marcou seu nome como o pai da tipografia, mas não conseguiu fazer com que seu negócio prosperasse. Segundo Carr (2011, p. 101), “após vender apenas duzentos exemplares, acabou o seu dinheiro. Sem a possibilidade de pagar os juros sobre os seus empréstimos, foi forçado a entregar sua prensa, tipos e tinta para Fust e abandonar o negócio da tipografia. [...] Junto com um dos mais talentosos empregados de Gutenberg, [o ex-copista] Peter Schoeffer, [...] Fust deu um rumo lucrativo a toda operação, organizando uma equipe de vendas e publicando uma variedade de livros que venderam em quantidade em toda Alemanha e França”.

⁵⁶ Chegaram na Itália em 1465, na França em 1470, na Espanha em 1472, na Inglaterra e na Holanda em 1475 e na Dinamarca em 1489. (MANGUEL, 1997, p. 157-158). No século XVI chegou na Ásia, no Oriente Médio e na América. No início do século XVII já havia prensas tipográficas em praticamente todos os lugares. (CARR, 2011, p. 103). No Brasil, a prensa de Gutenberg chegou com cerca de 300 anos de atraso, por volta de 1808 junto com a Família Real. (GIOVANNINI, 1987).

escrita”. Mas, ao contrário do que se pode supor, essa transformação não foi drástica, pois um livro manuscrito e um “livro pós-Gutenberg baseiam-se nas mesmas estruturas fundamentais – as do códex”. Além disso, “a distribuição do texto na superfície da página, os instrumentos que lhe permitem as identificações”, são herdados dos manuscritos. Há uma continuidade entre a cultura do manuscrito e a cultura do impresso.

Pensou-se que, com a invenção de Gutenberg, “todo um mundo antigo teria desaparecido bruscamente”, mas não foi isto o que aconteceu. Conforme Chartier (1999a), os manuscritos sobreviveram por muito tempo, até o século XVIII - XIX. Esta revolução ocorreu gradativamente, convivendo conjuntamente. Neste contexto, Martins (2002) constata que os livros impressos não nasceram com personalidade própria, pois davam continuidade aos livros manuscritos, sem substituí-los. Com o surgimento dos tipos móveis, os leitores tinham mais acesso aos livros. A alfabetização propagou-se e logo surgiram novos leitores e, por consequência, novos escritores. No decorrer, o século XVI ficou conhecido como “a era da palavra escrita”. (MANGUEL, 1997, p. 159).

A Bíblia de Gutenberg era vendida em folhas separadas, unidas e encadernadas por seus compradores em um grande formato, originando um livro com medidas de trinta por quarenta centímetros. Os sucessores de Gutenberg perceberam que seria vantajoso produzir livros menores que coubessem no bolso. As bibliotecas particulares começaram a crescer e seu donos perceberam que grandes volumes eram difíceis de serem guardados, além de não facilitarem o manuseio e o transporte constante. Em 1501, o tipógrafo Aldus Manuce criou o livro de bolso, considerado por Eco (2010, p. 106) o “meio mais eficiente de transportar a informação”. Este era confeccionado com a metade do tamanho de um livro de Gutenberg, produzido com elegância e meticulosa edição. Agora o “livro era um objeto menos aristocrático, menos proibitivo, menos grandioso”. (MANGUEL, 1997, p. 166). No final do século XVIII, os livros e jornais impressos multiplicaram-se e seus preços reduziram ainda mais. Na Europa, principalmente, a população começou a ler em grande quantidade. (PETIT, 2008). A leitura tornou-se uma “verdadeira mania”. (ZILBERMAN, 2001, p. 20).

Compreendemos que a invenção de Gutenberg não foi um marco apenas para a história do livro, mas também da Teoria da Comunicação. McLuhan (2002) afirmava que o homem presenciou três períodos históricos, ou três galáxias, sendo a Cultura Oral a primeira, a Cultura Impressa a segunda, e a Cultura Elétrica a terceira. A segunda galáxia é também denominada pelo autor como “a Galáxia de Gutenberg”, intitulado a obra na qual McLuhan (2002, p. 228) reflete sobre como a sociedade adquiriu novos “valores visuais” a partir da invenção da escrita fonética e da tipografia. Com novos valores, o homem modificou e foi modificado pela cultura

impressa. Mas quais seriam essas mudanças? O homem percebeu que mudou devido à tipografia? Que foi destribilizado? Indaga o autor.

McLuhan (1972, p. 40) esclarece como a tecnologia da escrita fonética e da invenção de Gutenberg destribilizou o homem tribal. Tal processo ocorreu porque, quando o homem assimilou e interiorizou a tecnologia do alfabeto fonético, foi transladado “do mundo mágico da audição para o mundo neutro da visão”. Logo, há uma ruptura entre os dois mundos. De tribal, o homem passa a ser individual. Do mundo mágico passa ao mundo neutro. Conforme já mencionamos, a primeira escrita a surgir foi a escrita pictográfica e não a escrita fonética. Contudo, exceto esta última, nenhum tipo de escrita “chegou jamais a desprender o homem do domínio possessivo de total interdependência e inter-relação que é o mundo auditivo”. A escrita fonética, um meio quente⁵⁷ segundo o autor, foi a única com “o poder de transladar o homem da esfera tribal para a esfera civilizada”. (MCLUHAN, 1972, p. 52).

Este homem destribilizado, pertencente ao mundo neutro, é entendido por McLuhan (1972, p. 64) como o homem tipográfico. É pensando neste homem que o autor buscou esclarecer como ocorrem e quais efeitos na aquisição de novas formas de percepção a escrita fonética e a tipografia causaram. Em outras palavras, buscou apreender como a inserção de novas tecnologias transformou o homem; tornou-o civilizado, guiado por métodos visuais. Neste contexto, se a escrita fonética inseriu o homem no mundo neutro e civilizado, a invenção da tipografia inseriu-o na produção em massa pois, conforme lembra McLuhan (1972, p. 177), “a palavra impressa foi a primeira coisa produzida em massa, foi também o primeiro bem ou artigo de comércio a repetir-se ou produzir-se uniformemente”. Com a palavra impressa e o formato portátil do livro, o individualismo acentuou-se. Isto porque, destaca McLuhan (1972, p. 270), a escrita foi transformada em um sistema fechado. Já a portabilidade do livro isolou seu leitor, afastando-o para a sua leitura silenciosa.

Em síntese, o autor propõe que o homem tribal – da audição e do mundo mágico – foi destribilizado e transladado para o isolamento – da visão e do mundo neutro – através da tecnologia da escrita fonética e da tipografia. Todavia, este homem tribaliza-se novamente com a advento das tecnologias eletromagnéticas, tais como o telégrafo, o rádio e a televisão. Com a

⁵⁷ Vale lembrar uma importante diferenciação que McLuhan (2002, p. 38) elaborou sobre os meios, isto é, a diferença entre meios quentes e meios frios. Para o autor, o rádio, o cinema, o papel, a palavra impressa e a escrita fonética são meios quentes, enquanto o telefone, a televisão, a fala e os escritos hieroglíficos e ideográficos são meios frios. A diferença entre um meio frio e um meio quente é que este último “prolonga um único de nossos sentidos e em alta definição”, que por sua vez é “um estado de alta saturação de dados”. Já os meios frios possuem baixa saturação, ou seja, pouca informação é fornecida e muita coisa deve ser preenchida, o que não acontece com os meios quentes, que não deixam muita coisa a ser complementada por sua audiência. Logo, um meio quente possibilita menos complemento e participação do que um meio frio.

comunicação eletrônica, o homem passa a pertencer a uma “aldeia global”. Por mais que valorize o homem tribalizado e retribalizado, McLuhan (1972, p. 334) ressalta que sua reflexão não teve a intenção de verificar se a invenção da palavra impressa foi boa ou má, uma vez que, por mais que tenha destribalizado e isolado o homem, foi somente através de tal invenção que a sociedade evoluiu, controlou suas forças naturais, desenvolveu sua economia, sua cultura, sua política e seu conhecimento. A questão central, para ele, é a necessidade de termos consciência dos efeitos de qualquer tecnologia sobre quem somos, sobre nossos sentidos, nossas percepções, nossa presença no tempo e espaço, principalmente quando se trata de tecnologias criadas por nós. Para o autor, ignorar este fato é um desastre iminente.

A questão central e as palavras de McLuhan (1972, 2002) ainda se fazem presentes e relevantes, auxiliando e alertando sobre as transformações da sociedade por meio da inserção de novas tecnologias. Conforme discuto no decorrer deste capítulo, Carr (2011) baseia-se nas afirmações do autor para entender como a internet está afetando o modo como lemos. Todavia, alguns anos após as afirmações de McLuhan (1972), esta pesquisa mostra que o leitor não é mais – ou talvez nunca foi – apenas um indivíduo solitário que consome um produto de massa. Se pensarmos nos termos de McLuhan (1972), os leitores aqui observados foram retribalizados por meio das redes sociais e não por meio da televisão ou do rádio. Mesmo retribalizados, pode-se dizer que tais leitores pertencem a duas galáxias: a galáxia de Gutenberg e a galáxia da internet. (CASTELLS, 2003). A leitura ainda é uma prática cultural desenvolvida majoritariamente de forma solitária e em silêncio, mas isso não significa que o leitor está só e desconectado.

Infiro que o homem é transformado a cada nova tecnologia. Contudo, não penso que ele seja totalmente transladado, ignorando as galáxias antigas, pertencendo apenas à atual. Como nota Aymard (2003, p. 182), a galáxia de Gutenberg “está mais viva e sólida do que nunca”. A era eletrônica, por mais onipresença que possa alcançar, não extinguiu a palavra escrita. A galáxia de Gutenberg e o homem tipográfico estão presentes na quarta grande mudança da tecnologia da informação: a galáxia da internet. O grupo investigado nesta pesquisa demonstra este fluxo constante entre a tecnologia do impresso e da comunicação digital. Os sujeitos fluem naturalmente entre um campo e outro. Além disso, no decorrer dos estudos sobre a leitura, cada vez mais é perceptível que ela não se relaciona apenas com a visão, não prolonga apenas um dos sentidos, conforme observado pelo autor. Hoje, sabe-se, a leitura é multissensorial. (MANGEN, 2008).

Passaram-se quase 530 anos para que a revolução da comunicação digital ocorresse. Conforme Darnton (2010, p. 40), a internet data de 1974. Após cerca de 20 anos, em 1991, a

Web inicia sua atuação entre os físicos como uma ferramenta de comunicação, considerada por Lévy (2003, p. 208) a “maior revolução na história da escrita, desde a invenção da imprensa”. Johnson (2001, p. 9) comenta que “podemos captar de que maneira diferentes meios de comunicação moldam nossos hábitos de pensamento porque podemos ver a progressão, a mudança, de uma forma para outra”. E que, nesta transição entre as tecnologias, há os neoluditas, aqueles que percebem o computador como uma traição à inteligência mais concentrada e lenta proporcionada pelo livro. Os tecnoutópicos, por sua vez, objetivam a renúncia dos laços com as mídias tradicionais. Os dados desta pesquisa permitem pensar que há alternativa entre um extremismo e outro. Em resumo, Darnton (2010, p. 41) destaca que “da escrita ao códex foram 4300 anos; do códex aos tipos móveis, 1150 anos; dos tipos móveis à internet, 524 anos; da internet aos buscadores, dezessete anos”. A partir deste panorama, argumenta que todas as eras foram “eras da informação”, cada uma ao seu modo.

Por meio deste trajeto histórico, compreendo que o livro não é apenas um objeto material. É um objeto simbólico, representando o “repositório de tudo o que foi feito de melhor, pelo homem, nas artes e na ciência”. (DEBRAY, 1996, p. 141). O livro é uma instituição, uma força, uma tecnologia. Proporciona certa ética social e individual, movimenta seu setor econômico, estabelecendo interesses coletivos e individuais, moldando subjetividades. É uma tecnologia flexível, capaz de adaptar-se à mudança dos tempos. (BELLEI, 2002). Está em constante mutação, transformando a sociedade, ao passo em que é transformado por esta. Contudo, todo livro é incompleto sem seu leitor.

3.3 O Leitor

A história do livro, assim como a história da escrita, está profundamente imbricada com a história do leitor. O texto contido no livro está sempre a sua espera. A palavra “texto”, etimologicamente, significa “tecido”. O texto é sempre um tecido inacabado, por mais linhas que possam o compor. Flusser (2010, p. 20-63) ressalta que a literatura se dirige ao leitor pois necessita ser completada. Aquele que tece os fios necessita do leitor para que o tecido possa ser urdido. Escrevemos para dirigir-nos ao outro e não para “apenas orientar pensamentos”. Somente “quando uma obra escrita encontra o outro, o leitor, ela alcança sua intenção secreta”. Neste viés, García Canclini (2008, p. 51) também argumenta que o texto “prevê seu leitor e não pode abrir mão dele: procura-o ‘gastronomicamente’ para que tenha prazer, suspire ou chore, identificando-se com o que lhe contam”.

O texto torna-se pleno de significados quando encontra o leitor pois, segundo Chartier (1999b, p. 11), “um texto só existe se houver um leitor para lhe dar significado”. Em outros termos, é o leitor quem completa as lacunas colocadas pelo autor na história, tornando-se um coparticipante de sua criação. Nenhum leitor é passivo a um livro, do mesmo modo que nenhum livro vive sem seu leitor, dando-lhe vida e complementando-o. Ao ler, o leitor torna-se produtivo, reescrevendo a obra, alterando seu sentido. O leitor “faz o que bem entende”, reemprega, distorce, introduz variantes, “deixa de lado os usos corretos”. (PETIT, 2008, p. 28). Como cada leitor é particular; cada leitura é ímpar. (ZILBERMAN, 2001). A reação a um livro é única, portanto, “não se pode jamais controlar o modo como um texto será lido, compreendido e interpretado”. (PETIT, 2008, p. 26). Isto porque cada leitor apropria-se dos livros, confere-lhe outro significado, altera seu sentido, interpreta “à sua maneira, introduzindo seus desejos entre as linhas”. A liberdade e a autonomia do leitor não agradam a escola, nem mesmo à Igreja. Estes “poderes autoritários” podam as possibilidades do leitor, a fim de lhe conferir a “mínima liberdade” em sua interpretação.

Conforme Zilberman (2001, p. 52-85) o leitor, quando lê, vivencia uma situação que é possibilitada apenas pela leitura: consegue “ocupar-se com os pensamentos do outro”. Abandona temporariamente sua personalidade, substituindo sua “própria subjetividade por outra” e, assim, “preocupando-se com algo que até então não conhecia”. Ao tentar compreender o outro através da leitura, o leitor reflete sobre si mesmo, descobrindo outros mundos e outras possibilidades. Ler é compreender-se. Assim, o leitor não é um sujeito histórico, mas um “enunciador do conhecimento do mundo que circula por intermédio da escrita”.

É no leitor onde se reúnem as “escrituras múltiplas, oriundas de várias culturas e que entram umas com as outras em diálogo, em paródia, em contestação” que formam o texto, e não no autor, destaca Barthes (1988, p. 71). É no leitor que se inscrevem “todas as citações de que é feita uma escritura”. Logo, é no seu destino que o texto encontra sua unidade, não na sua origem. Se para Barthes (1988) o texto ganha vida no leitor, o autor encontra sua morte na escrita. É apenas aquele que escreve, é um *scriptor*⁵⁸. Barthes (1988, p. 69) nota que o autor, “personagem moderna”⁵⁹ produzida pela sociedade, não existe antes do seu texto; os dois nascem juntos. De acordo com ele,

⁵⁸ Cabe ressaltar que, embora Barthes (1988) se refira a autores e escritores como sinônimos quando fala de sua morte, em outro texto o autor os diferencia. Barthes (1982) afirma que o autor se relaciona a uma obra e o escritor a um texto. Para o autor, escrever é verbo intransitivo – ele escreve; já para o escritor, escrever é verbo transitivo – ele escreve algo.

⁵⁹ Percebemos com Goldschmidt (apud MCLUHAN, 1972, p. 184) que a figura do autor e o conceito de autoria adquiriu fascínio e prestígio somente na modernidade. Fato que nos faz pensar que quem conseguiu publicar um livro avançou “uma etapa na marcha para se tornar grande homem”. Contudo, na Idade Média, os eruditos eram

[...] o escritor não pode deixar de imitar um gesto sempre anterior, **nunca original**; o seu **único poder é o de misturar as escritas**, de as contrariar umas às outras, de modo a nunca se apoiar numa delas; se quisesse exprimir-se, pelo menos deveria saber que a ‘coisa’ interior que tem a pretensão de ‘traduzir’ não passa de um **dicionário totalmente composto**, cujas palavras só podem explicar-se através de outras palavras, e isso indefinidamente: sucedendo ao Autor, o *scriptor* não tem já em si paixões, humores, sentimentos, impressões, mas sim esse imenso dicionário onde vai buscar uma escrita que não pode conhecer nenhuma paragem: **a vida nunca faz mais do que imitar o livro**, e esse livro não é ele próprio senão um tecido de signos, imitação perdida, infinitamente recuada. (BARTHES, 1988, p. 70, grifo nosso)

Barthes (1988) reflete que o texto existe porque alguém o escreveu, ou seja, seu escritor. Ao escrever, o escritor se coloca no papel. Contudo, tudo aquilo que o papel registra advém das referências do escritor. Tais referências já existem, foram narradas ou contadas antes do escritor as necessitar. Nesta tese, por exemplo, por mais que eu, enquanto autora, seja a responsável por aquilo que consta em suas páginas, todas as ideias, palavras, conceitos ou números, já existiam. Mesmo aquilo que ofereço como algo inédito, é o resultado da combinação e da reflexão particular sobre as informações que disponho, ou seja, aquilo que consta em meu dicionário pessoal. Para Barthes (1988), esta tese já existia antes de ser escrita. Era potencial.

Neste viés, o autor discute a exacerbada importância que a crítica literária moderna agrega ao autor, uma vez que cada pedaço do seu texto existia independentemente de sua existência. Na percepção de tal crítica, para se “entender” uma obra, é imprescindível saber quem é seu autor, sua sociedade, sua época, sua origem, sua biografia. Com isso, a crítica literária moderna diz que o significado de uma obra está em seu autor, diferentemente da concepção de Barthes (1988). No entanto, como há vários leitores, também há vários significados. É o leitor quem atribui sentido ao texto literário, segundo sua bagagem histórica e cultural. Isso significa, como ressalta Barthes (1988, 70), que é inútil a pretensão de decifrar qualquer texto literário, uma vez que não há uma maneira certa ou errada de entendê-lo: há maneiras diferentes, e estas existem no leitor, não no autor. Assim, “o nascimento do leitor tem de pagar-se com a morte do Autor”.

Barthes (1988) não está sozinho ao defender o valor do leitor frente à crítica literária. Jauss (1994), em *A História da literatura como provocação à teoria literária*, argumenta que o

indiferentes em relação à autoria dos livros que eram estudados. Os próprios autores não colocavam entre aspas os trechos que eram retirados de trabalhos alheios (diferentemente dos dias atuais). Muitas vezes também não assinavam o próprio trabalho, pois não esperavam que seus leitores se interessariam por eles. Este contexto passou a ser modificado porque tanto a invenção da tipografia começou a eliminar o anonimato dos autores quanto a Renascença criou a ideia de “fama literária e propriedade intelectual”. McLuhan (1972, p. 186) complementa ao alegar que a autoria de um livro pré-Gutenberg era a “construção de um mosaico”. Este mosaico de trechos muitas vezes era composto pelos copistas, mas também era realizado por bibliotecários, encadernadores e leitores.

leitor é quem garante a historicidade da literatura, sendo o responsável pela atualização dos escritos literários. Nesta provocação, declara que tanto a teoria marxista quanto a teoria formalista esqueciam-se do elemento crucial dos estudos literários – o leitor. A primeira teoria acreditava que as obras deveriam espelhar a realidade social, alegando que uma das funções da literatura seria atuar como “elemento constitutivo da sociedade”. O método formalista, por sua vez, enfatizava o caráter artístico da literatura. Contudo, tal percepção era avaliada por meio da comparação entre as produções literárias. Ambas as teorias “ignoram o leitor em seu papel genuíno, imprescindível tanto para o conhecimento estético quanto para o histórico: o papel do destinatário a quem, primordialmente, a obra literária visa”. (JAUSS, 1994, p. 23).

Jauss (1994) lembra que nenhuma obra literária foi escrita para os filólogos ou críticos literários. Elas foram elaboradas para o público. Foram criadas para serem complementadas pelo leitor, tal qual um tecido inacabado. É a relação dialógica entre literatura e leitor que garante que as obras conquistem sua historicidade e permaneçam presentes, jamais esgotando “sua força de significação”. (CHARTIER, 1999b, p. 9). O que Jauss (1994, p. 57) destaca, ao reconhecer o valor que o leitor tem tanto para a historicidade da obra quanto para a sua percepção artística, é a liberdade dos indivíduos que não se prendem às amarras dos intelectuais, a um gênero, por se caracterizarem como um público alvo.

O leitor, subjugado por seu gosto popular pelos críticos literários, é de fato o público consumidor da literatura, chegando até mesmo a ditar regras no mercado editorial. Sua liberdade é auxiliada pela própria literatura, que emancipa o “homem de seus laços naturais, religiosos e sociais”. Ser consumidor de literatura não significa, entretanto, transformar a leitura em *commodity*, isto é, em mercadoria. Entre os *booktubers* focalizados nesta pesquisa, a leitura é desempenhada primordialmente por prazer, por gostar de ler. Ao consumir literatura de um modo próprio, cada leitor encontra um caminho para o prazer que o texto pode proporcionar. Alguns caminhos se cruzam e alguns leitores partilham do prazer da leitura juntos.

Na concepção de Horellou-Lafarge e Segré (2010, p. 139), Jauss (1994) observou a maneira que os leitores se apropriam dos textos, enquanto Iser (1999) se interessou pelos efeitos provocados pelo texto, analisando o “processo que vai do texto ao leitor e, ao mesmo tempo, que coerções exerce sobre ele”. Colega de Jauss na Universidade de Konztanz nas décadas de 60 e 70, Iser (1999, p. 10) buscou compreender o ato de ler através da fenomenologia da leitura, alegando que seu processo se dá através de uma relação dinâmica entre texto e leitor. A fenomenologia, neste caso, esclarece “os atos de apreensão pelos quais o texto se traduz para a consciência do leitor”. Nota que o prazer da leitura surge quando o texto coloca em prática a produtividade do leitor, ou seja, quando este tem a possibilidade de exercer suas capacidades

por meio do texto. Iser (1999, p. 13) constata que a “relação entre o texto e o leitor se caracteriza pelo fato de estarmos diretamente envolvidos e, ao mesmo tempo, de sermos transcendidos por aquilo em que nos envolvemos”. No processo da leitura, as expectativas do leitor são modificadas e suas lembranças transformadas. Ele é envolvido e cativado por aquilo que produz com o texto, tendo frequentemente a impressão de que pode viver outra vida através da leitura.

Neste envolvimento, o leitor não sabe a princípio o que aconteceu com ele durante o processo. É por isso, muitas vezes, que ele anseia falar sobre o que leu, a fim de compreender com distanciamento aquilo que o cativou. Iser (1999, p. 50) constata que, “como a nossa presença no texto depende do envolvimento, ela é um correlato do texto na consciência”. O leitor experimenta o texto e, através deste, vive uma experiência para além daquilo que lhe era familiar. Durante a leitura de uma ficção, esclarece-nos Iser (1999, p. 53), “inicia-se uma interação entre a presença do texto e a experiência do leitor, relegada ao passado”, mas ainda assim presente. Percebo, então, que o leitor não apreende o texto por meio de uma aceitação passiva, conforme já mencionado, “mas sim como resposta produtiva à diferença experimentada”. Por conseguinte, o sentido do texto só vem à tona se algo acontece com o leitor. E para que algo aconteça, o leitor precisa se distanciar de suas experiências ao menos por alguns momentos. Iser (1999, p. 88) ressalta que entre texto e leitor não existe a relação entre sujeito e objeto, uma vez que ambos não se encontram frente a frente, mas em cisão. É no texto que o leitor se constitui enquanto sujeito: torna-se um sujeito-leitor.

Em suma, Iser (1999) intui que é através da convergência entre texto e leitor que a obra literária se realiza. Isto é, a ficção não se realiza apenas no texto ou apenas no leitor, mas sim, no espaço virtual entre eles. Seu significado acontece na relação e no resultado da negociação entre ambas as partes. Deste modo, a interpretação de tais significados não pode ser objetiva, já que o espaço virtual produzido por tal relação nunca é a mesma. Cada texto é rico em “potenciais de significação”. Cada leitor completa a negociação com o texto à sua maneira. Produz uma relação diferente cada vez que lê o mesmo texto, pois já não é o mesmo leitor – constatação alinhada à percepção de Barthes (1988). Além disso, o autor destaca que o valor do texto literário se dá através da inovação e da surpresa na medida certa. Em outras palavras, o texto deve superar as expectativas do leitor, deve surpreendê-lo, mas não pode ir longe demais e fazer o leitor perder-se na trama ficcional. A surpresa é essencial na ficção. As expectativas do leitor devem ser ultrapassadas. E a tensão em descobrir se isso de fato vai acontecer, ou não, constitui a alegria da leitura.

É no pacto de generosidade entre o autor e o leitor e no apelo pela sua liberdade que Sartre (2004, p. 24) encontra a resposta para a pergunta: *O que é a literatura?* Ele argumenta

que a leitura é um tipo de possessão, por um lado, onde “empresta-se o corpo aos mortos para que possam reviver”. Por outro, é “um contato com o além”. A leitura é composta por hipóteses, na tentativa de prever o fim da história. Leitura é um sonho seguido do despertar, é decepção e esperança. Neste sentido, para o autor, “os leitores estão sempre adiante da frase que leem, num futuro apenas provável, que em parte se desmorona e em parte se consolida à medida que a leitura progride”. Ou, como diria Iser (1999), a leitura segue surpreendendo ou não. A leitura é “um futuro que recua de uma página a outra e forma o horizonte móvel do objeto literário”. Este objeto, contudo, não é realizado por meio da linguagem, mas sim, do “silêncio e da contestação da fala”, pois o sentido da obra literária não está na soma de suas palavras, mas em sua “totalidade orgânica”. (SARTRE, 2004, p. 35-37).

Leitura é “criação dirigida”: cria-se para alguém. Sartre (2004, p. 37) declara que a arte só existe “por e para outrem”. É através de um esforço mútuo entre leitor e autor que surgirá o “objeto concreto e imaginário que é a obra do espírito”. O autor confia em outra pessoa para “completar aquilo que iniciou, uma vez que é na consciência do leitor que ele pode perceber-se como essencial à sua obra”. Assim, para ele, toda “obra literária é um apelo”. (p. 39). Em outras palavras, “escrever é apelar ao leitor para que este faça passar a existência objetiva o desvendamento que apreende por meio da linguagem”. A leitura pode então ser percebida como um “pacto de generosidade entre o autor e o leitor; cada um confia no outro, conta com o outro, exige do outro tanto quanto exige de si mesmo”. (p. 46). O autor necessita do seu leitor, e o leitor necessita do autor a fim de libertar-se.

A liberdade é uma conquista; cada livro propõe libertação. A literatura, então, é um “apelo aos homens livres”. Se não há liberdade, não há literatura. (SARTRE, 2004, p. 61-78). Sobre este aspecto, Sartre (2004, p. 114) reflete que a literatura de determinada época se torna alienada quando “não atingiu a consciência explícita de sua autonomia e se submete aos poderes temporais ou a uma ideologia, isto é, quando considera a si mesma como meio e não como um fim incondicionado”. Torna-se abstrata “quando ainda não adquiriu a visão plena da sua essência”. A liberdade da literatura está em seu engajamento. A literatura engajada objetiva uma sociedade em que são postas em prática todas as potencialidades humanas, onde cada um possa exercer sua liberdade, mas tomando uma posição. Não há como não se posicionar no mundo. Aquilo que deixamos de ler ou deixamos de escrever também reflete sobre quem somos. A escolha de abster-se ou calar-se ainda é uma escolha.

Jauss (1994) e Iser (1999) observam o leitor a partir do campo restrito da literatura; já Sartre (2004), Chartier (1996) e Eco (2003, 2010) o observam num sentido sociológico, sendo o destinatário do sistema editorial, nota García Canclini (2008, p. 22). Este, por sua vez, reflete

sobre o leitor que também é espectador e internauta, uma consequência da convergência digital⁶⁰ presente em nosso tempo. Ao desempenhar estas três funções, o leitor degusta o livro que lê, desfruta-o gastronomicamente. Assiste sua adaptação cinematográfica (ou vídeos no YouTube). Acessa a internet para interagir e conhecer outros leitores, para procurar ou produzir informações sobre uma obra ou fazer o *download* de um livro em PDF.

Como visto anteriormente, o leitor transita entre uma galáxia e outra. García Canclini (2008, p. 59) não observou detalhadamente as possibilidades que apresento aqui, mas percebeu a convergência destes três papéis. Hoje, dificilmente o leitor desempenhará sua função isoladamente sem completar sua experiência literária com outras possibilidades para além do livro. Observa o autor: aquele que “lê sem separar aquilo que, nele, também é espectador e internauta, lê — e escreve — de uma maneira enviesada, incorreta para os adeptos da cidade letrada. Por acaso, quando não existiam televisores, nem computadores, havia uma maneira normal de ser leitor?” Não. Havia uma única maneira de ler? Também não.

A “cidade letrada” tem um morador ilustre: o crítico literário Harold Bloom. Ler bem é um dos prazeres da solidão, sendo que tal leitura nos “conduz à alteridade”, declara Bloom (2011, p. 15-18). Ao nos conduzir, ler teria como uma de suas principais funções preparar o leitor para uma transformação de caráter universal. Na concepção de Bloom (2011, p. 18-35), o bom leitor é o leitor solitário, que lê por iniciativa própria e não cede à presunção acadêmica. O autor não tem dúvidas de que o “o prazer da leitura é pessoal, não social”, afirmando que se a atual crítica literária tem alguma função, esta é falar com tal leitor solitário. Além da solidão, nota que o bom leitor é aquele que lê “somente o que há de melhor na literatura”.

Bloom (2011, p. 176-187) defende que é mais fácil escutarmos os princípios e morais de um excelente livro do que escutarmos a nós mesmos. A leitura de grandes romances também atuaria como um remédio para a “inércia sombria, enfermidade que leva à morte”. Assim, uma personagem de um romance de Proust, por exemplo, pode atuar sutilmente como uma ação de cura. Cervantes pode auxiliar ao mostrar que “conversas francas com um bom amigo conduzem à autorreflexão e às consequentes alterações psicológicas”. Enfim, o autor (2011, p. 188) argumenta que devemos ler, pois “somente a leitura intensa, constante, é capaz de construir e desenvolver um eu autônomo”. Neste caso, a leitura atua não só como um tratamento para a inércia ou uma forma de autorreflexão, mas também uma maneira de construir quem nós somos.

Bloom (2011) cumpre seu papel de crítico literário ao alegar que o bom leitor é somente aquele que lê a dita Grande Literatura. Entretanto, na obra *Cultura letrada*, Abreu

⁶⁰ O conceito de convergência digital será melhor explorado no capítulo 5.

(2006, p. 15-18) é feliz em lembrar que “não há consenso quando se trata de gosto e, especialmente, de gosto literário”. Consequentemente, não há consenso sobre o que é, de fato, a Grande Literatura. Até mesmo as listas dos melhores livros já escritos apenas refletem o gosto literário particular de determinadas pessoas, e não “um padrão estético universalmente aceito”. São tais pessoas que também nos fazem crer que quem lê os melhores livros do século é um leitor mais qualificado do que quem lê *best-sellers*. Fato que não procede para a autora, ideia da qual também compartilho. Já que também somos aquilo que lemos, os livros por nós escolhidos refletem em nossa “imagem social”. Deste modo, para seguir um padrão até então estabelecido, “uma pessoa que queira passar de si uma imagem de erudição falará de livros de James Joyce, mas não de obras de Paulo Coelho”, mesmo que não tenha entendido uma vírgula de *Ulisses* e tenha se encantado com *O alquimista*.

A qualidade estética, neste caso, não está na obra, em seu texto; mas sim, “nos olhos de quem lê”. (ABREU, 2006, p. 34). Quando se sabe que um livro é tido como Grande Literatura, a leitura já se diferencia, pois, “saber que algo é tido como literário provoca certo tipo de leitura”. O mesmo acontece com os autores. Ao ler um livro de Machado de Assis, o leitor já o encara de modo distinto por saber que a obra foi escrita pelo melhor escritor brasileiro do século, visto que, “a imagem que se tem do lugar do autor do texto na cultura é um dos elementos que afetam fortemente a maneira pela qual se leem seus textos e se avaliam suas obras” – eis a posição da crítica literária a qual se opunha Barthes (1988). Tal fato também é percebido na arte. Saber que um quadrado branco sobre uma tela vermelha foi pintado por Tomie Ohtake já o torna algo além do que apenas um desenho abstrato, pois, “tudo muda de figura quando se sabe que se trata de um quadro da artista plástica”. (ABREU, 2006, p. 50).

Mas então, o que torna Machado de Assis e Tomie Ohtake representantes da plenitude estética? As instâncias de legitimação. Em se tratando da literatura, estas instâncias podem ser a universidade, os jornais e revistas especializadas na área, as histórias literárias, os livros didáticos, os críticos literários, entre outros. Deste modo, “uma obra fará parte do seleto grupo da Literatura quando for declarada literária por uma (ou, de preferência, várias) dessas instâncias de legitimação”. Portanto, conforme Abreu (2006, p. 40), “o que torna um texto literário não são suas características internas, mas sim o espaço que lhe é destinado pela crítica e, sobretudo, pela escola no conjunto dos bens simbólicos”.

O prestígio social de intelectuais como Bloom tornam seu gosto literário não apenas um gosto particular, mas um “padrão a ser seguido”. Assim, a “literariedade” não é algo intrínseco à obra, ela advém também de “elementos externos ao texto”, incluindo o nome do autor, grupo cultural, mercado editorial, críticos em vigor, critérios, etc. (ABREU, 2006, p. 41).

Além do fato de esses critérios mudarem com o passar dos anos, as instâncias de legitimação nem sempre estão certas em suas avaliações. Muitas vezes é a insistência do público leitor que reconhece o valor de um dado texto, valor este não percebido por quem os deveria legitimar⁶¹. Por isso, vale lembrar que toda obra é significada e avaliada de forma diferente de acordo com o leitor, ou até mesmo de acordo com o grupo cultural ao qual ele pertence. Contudo, na maioria das vezes, utiliza-se o gosto estético dos eruditos para “avaliar o conjunto das produções, decidindo, dessa forma, o que merece ser *Literatura* e o que deve ser apenas *popular, marginal, trivial, comercial*”. (ABREU, 2006, p. 80, grifo do autor). A meu ver, o preconceito literário pode ser um grande empecilho para a formação de novos leitores. Quando se diz “leia isso, não leia aquilo”, há a possibilidade de o aspirante a leitor acabar não lendo nada.

Abreu (2006, p. 81) reflete a humanização por meio da leitura, fato que, segundo os eruditos, resulta apenas do contato com a Grande Literatura, pois esta conduz o leitor a se identificar com cenas e personagens, tornando-o mais justo, sensato e experiente ao final da leitura. A tendência a identificar-se com personagens sofredores, perseguidos ou fracos advém do fato de que “a experiência da leitura literária nos torna mais humanos, desenvolvendo nossa solidariedade, nossa capacidade de admitir a existência de outros pontos de vista além do nosso, nosso discernimento acerca da realidade social e humana”.

Crer que a Grande literatura nos humaniza também é, em certo aspecto, uma crítica à cultura de massa, pois esta nos alienaria ao invés de nos humanizar, tendo como função apenas nos fazer esquecer dos problemas do dia a dia, sendo uma fuga através da fantasia e do sonho. Mas quem disse que fugir da realidade, vez ou outra, é algo tão ruim? A literatura de massa, ou seja, histórias em quadrinho, fotonovelas, *best-sellers*, ficções cor-de-rosa – romances tipo Júlia e Sabrina –, objetivariam apenas “evitar que o leitor se questione e questione o mundo em que vive”. Em outras palavras, leitores de James Joyce estariam rumo à humanização plena, enquanto os leitores de Dan Brown estariam rumo à alienação. Porém, como argumenta Abreu (2006, p. 81-83), “uma definição de Literatura como fonte de humanização não se sustenta diante do fato de que há gente muito boa que nunca leu um livro e gente péssima que vive de livro na mão”.

Por mais que se tente enaltecer os leitores de literaturas clássicas e subestimar leitores de literatura de massa, nunca houve uma boa ou má literatura. Há gostos diferentes. O problema é que o gosto particular de alguns é tomado como critério de avaliação universal e de outros

⁶¹ Opinião de Voltaire sobre *Hamlet*, de Shakespeare: “é um drama vulgar e bárbaro, que não seria tolerado pelo mais reles populacho francês ou italiano... só se pode pensar que essa peça foi escrita por um selvagem bêbado”. (ABREU, 2006, p. 99).

como opiniões desqualificadas. Percebo que a própria definição de “o que é literatura” é algo histórico e cultural, e não algo universal e objetivo com uma resposta definitiva. Deste modo, “cada grupo cultural tem um conceito sobre o que seja literatura, e tem critérios de avaliação próprios para examinar histórias, poesias, encenações, músicas etc”.

As observações de Abreu (2006, p. 112) me auxiliam a argumentar que nesta pesquisa não objetivo julgar ou hierarquizar os leitores, assim como as obras que são lidas. Não separo boas e más leituras. Meu intuito é compreender a complexidade que forma o gosto literário de modo particular e plural, tornando a leitura uma prática cultural que promove relações. Ao entender o que as pessoas estão lendo, sem pré-conceitos, penso que conseguimos “alargar o conhecimento da própria cultura”, uma vez que, em definitivo não há leituras boas ou ruins. “O que há são escolhas – e o poder daqueles que as fazem”.

3.4 A Leitura

A leitura transforma o leitor. Depois de um livro, o leitor se transforma através da fala do outro. Ler é compreender o mundo, é “participar mais crítica e ativamente da comunicação humana”. É “uma nova possibilidade de existir”, pois compreender também é uma forma de “sair de si” e buscar novos significados. (SILVA, 2011, p. 47-81). A leitura pode ser considerada uma prática histórica e cultural pois, assim como outras práticas culturais, também apresenta transformações, dissonâncias e diferenças com o passar dos anos. Deste modo, segundo Bourdieu (1996, p. 236), é preciso pensar “a ideia de leituras no plural e a intenção de buscar indicadores das maneiras de ler”; uma vez que, como lembra Chartier (1999b, p. 13), a “leitura é sempre uma prática encarnada em gestos, em espaços, em hábitos”, alterando-se conforme a época, o local ou o grupo.

A leitura obedece às leis que regem outras práticas culturais, com a diferença de que é, na visão de Bourdieu (1996, p. 237), “mais diretamente ensinada pelo sistema escolar”. Por consequência, o nível de instrução e o nível social seriam potentes “fatores explicativos” da necessidade de leitura na sua concepção. O autor destaca o poder do nível de instrução em se tratando de práticas de leitura, “quando se pergunta a alguém seu nível de instrução, tem-se já uma previsão concernente ao que ele lê, ao número de livros que leu no ano, etc”. Também afirma que a necessidade de leitura resulta basicamente de dois fatores: quando se tem um “mercado no qual possam ser colocados os discursos concernentes às leituras”, ou por uma necessidade de distração, onde a leitura surge espontaneamente quando não se tem nada para fazer ou quando se está sozinho em algum lugar. (BOURDIEU, 1996, p. 238).

Contudo, concordo com Chartier (1996, p. 238) quando argumenta que tal percepção é um tanto quanto reducionista. Há diversos outros fatores explicativos para entendermos por que lemos, os quais perpassam praticamente toda a pesquisa aqui desenvolvida. A leitura não é facilmente determinada ou compreendida. Ela pode ter algumas determinações culturais e sociais, mas tais determinações não explicam sua riqueza nem sua complexidade. (HORELLOU-LAFARGE; SEGRÉ, 2010). Também não se deixa enclausurar ou ser controlada facilmente – como muitos autores, editores e críticos gostariam. Ela é, na verdade, vadia e rebelde, por definição, apesar do livro sempre visar à instauração de uma ordem, seja ela a da decifração ou a almejada por seus criadores. Portanto, “a leitura não é jamais limitada”, nem mesmo conceitualmente. (CHARTIER, 1999b, p. 7-27).

Petit (2008, p. 18-19), dedicando-se essencialmente a compreender a relação e a função que a leitura, os livros e a biblioteca exercem para os jovens, principalmente os jovens franceses marginalizados, observa o poder de transformação e libertação que o livro tem para esses meninos e meninas. Conta que no início de sua história, a leitura era algo prescrito, coercitivo, objetivando submeter aquele que lê a se “adequar a modelos”, tanto religiosos quanto coletivos ou nacionais. A leitura por imposição, vigiada, guiada e seguida pelas “abomináveis fichas de leitura”, acabava por afastar esse jovem da leitura pelo prazer. A leitura nesta fase é de extrema importância, visto que ajuda o jovem “a se construir, a imaginar outras possibilidades, a sonhar”.

Após inúmeras pesquisas, Petit (2008, p. 27) está convencida de que a leitura de livros os auxilia a conquistarem sua autonomia, libertando-os das amarras paternalistas ou repressivas. Deste modo, o jovem leitor pode sair de uma rebeldia infundada e rumar para uma cidadania ativa, pois através da leitura pode ter seu espírito crítico despertado. Lendo e encontrando um tempo para si – o seu próprio tempo –, ele se distancia de seu contexto e percebe outro espaço, com possibilidades que antes nem eram cogitadas.

Ao auxiliar os jovens leitores a perceber novas possibilidades, o livro e a leitura também “podem contribuir para verdadeiras recomposições da identidade” – entendida por Petit (2008, p. 19) como algo fluido, múltiplo e em construção. O jovem tem a possibilidade de tornar-se autor da sua própria vida, um pouco mais dono do seu destino, não se submetendo alienadamente aos discursos dos outros. Obviamente, a leitura não é a solução para todos os males, muito menos torna aquele que lê uma pessoa virtuosa. Ler pode permitir que o jovem saia do caminho que foi previamente traçado, percebendo que pode tomar decisões próprias.

Petit (2008, p. 139) observa que o meio social é um importante elemento para nos tornarmos leitores, entretanto, “os determinismos sociais não são absolutos”, como sugeriu

Bourdieu (1996). Pessoas ricas não necessariamente leem mais, ou entregam-se mais à transformação da leitura. Nem mesmo os universitários ou os profissionais são grandes leitores, indubitavelmente. Neste aspecto, a família é crucial, pois “várias pesquisas confirmaram a importância da familiaridade precoce com os livros, de sua presença física na casa, de sua manipulação, para que a criança se tornasse, mais tarde, um leitor”. Segundo a autora,

[...] a leitura é uma arte que se transmite, mais do que se ensina, é o que demonstram vários estudos. Estes revelam que a transmissão no seio da família permanece a mais frequente. Na maioria das vezes, tornamo-nos leitores porque vimos nossa mãe ou nosso pai mergulhado nos livros quando éramos pequenos, porque os ouvimos ler histórias ou porque as obras que tínhamos em casa eram tema de conversa. (PETIT, 2009, p. 22).

Logo, é preciso que essa criança não só conviva com livros, como também veja os adultos lendo. Horellou-Lafarge e Segré (2010, p. 81) também enfatizam a importância da leitura na infância. Pensam que os livros devem fazer parte da vida da criança desde a mais tenra idade, para que esta possa impregnar-se dos diversos tipos de textos que os adultos leem para ela. Tal importância é confirmada quando os autores declaram que os grandes leitores, em sua maioria, tiveram uma mãe que lia histórias durante suas infâncias.

Todavia, aqueles que não possuem pais leitores não estão condenados ao distanciamento literário⁶². A leitura, além de uma história familiar, também é uma história de encontros. Por mais que seja uma “experiência singular”, o contexto e aqueles que nos cercam exercem um importante papel em nossa construção enquanto leitor. Isto porque “o gosto pela leitura não pode surgir da simples proximidade material com os livros”; mas sim, da relação com alguém que lhe transmita o amor pela leitura. Esse alguém pode ser um professor, um bibliotecário, um amigo, uma assistente social ou até mesmo um desconhecido que grava vídeos sobre livros e posta no YouTube. O imprescindível é que este certo alguém seja um apaixonado pela leitura. Assim, “o iniciador aos livros é aquele [...] que pode legitimar um desejo de ler [...], que ajuda a ultrapassar os umbrais em diferentes momentos do percurso”. (PETIT, 2008, p. 144-174). São pessoas que atuam como pontes entre um potencial leitor e um livro, convidando-o a trilhar um caminho que lhe expandirá seu univers⁶³.

⁶² Lembremos de Matilda. Esta é uma história infantil, mas que possui ensinamento para todas as idades. Matilda é uma grande leitora, mas parece que nasceu em uma família errada. Seus pais valorizam a ostentação, o dinheiro e a TV. Já a Matilda valoriza a integridade e as artes, em especial, a literatura. (DAHL, 2010).

⁶³ Petit (2009, p. 36) observa que alguns destes “mediadores dos livros”, como os integrantes do projeto *A Cor da Letra* (realizado nas favelas do Brasil) ou do *Leer Juntos* (realizado na Argentina), transmitem o gosto pela leitura para crianças e adolescentes com “olhares de pedra”, vítimas da violência, da guerra, da miséria, enfim, das tristezas que assombam o ser humano. Crianças que muitas vezes nunca haviam chegado perto de um livro. Através da inserção da cultura letrada no cotidiano destas crianças, possibilitou-se o início da superação de traumas, a abertura para o diálogo, um meio de perceber novos horizontes e novas possibilidades para além da

Para Horellou-Lafarge e Segré (2010, p. 78), “ler é antes de tudo extrair de um texto elementos significativos, migalhas de sentido, alguma coisa como palavras-chave que se marcam, que se comparam, que se encontram”. Os autores pensam que ler é uma atividade dinâmica que está em constante evolução. Neste sentido, o modo como o leitor se apropria do texto também muda; inventa-se, cria-se, em constante movimento. Logo, a forma como a leitura procede é historicamente variável. Isto se dá porque ler “não é somente uma operação abstrata de inteligência; a leitura é engajamento do corpo, inscrição num espaço, relação consigo e com os outros”. (CHARTIER, 1999b, p. 16). Nesta variação histórica, a leitura vivenciou três grandes revoluções: 1ª Leitura em voz alta x Leitura silenciosa; 2ª Leitura intensiva x Leitura extensiva e 3ª Leitura do texto eletrônico x Leitura do texto impresso. Darnton (2010, p. 215) declara que antes a leitura costumava ser feita em voz alta, em grupo ou individualmente. Uma importante ruptura ocorre quando essa leitura passa a ser silenciosa, prática que se difundiu essencialmente no século III d. C, vinculada à transformação do rolo em códex. (ZILBERMAN, 2001).

Chartier (1999b) nota que, para ser lido, o rolo de pergaminho precisava ser desenrolado, utilizando as duas mãos. Como o leitor não poderia ler e escrever ao mesmo tempo, a leitura em voz alta se fazia necessária para que o conteúdo da leitura fosse ditado e, assim, transcrito. De certo modo, o códex liberta o leitor, pois este poderia pousar o livro sobre sua escrivaninha, ler, distanciar-se, escrever a seu bel-prazer. Assim, lembra Chartier (1999a, p. 78-79), a “história das práticas de leitura, a partir do século XVIII, é também uma história da liberdade na leitura”. Ou seja, “o *habeas-corporis* do leitor”. A leitura em voz alta exercia duas funções: o ditado do texto para sua decifração e escrita, e a cimentação das “formas de sociabilidade imbricadas igualmente em símbolos de privacidade – a intimidade familiar, a convivência mundana, a convivência letrada”. (CHARTIER, 1999b, p. 16-23, grifo do autor).

Manguel (1997), por sua vez, relata que nesta época, poucos eram os que sabiam ler; logo, a leitura em voz alta permitia que as histórias chegassem aos ouvidos dos iletrados. Quando os trabalhadores das fábricas cubanas de charuto migraram para os Estados Unidos, levaram consigo a prática da leitura durante as horas de trabalho. Com alfabetização rara e livros caros, ouvir alguém ler tornou-se necessário tanto para conhecer histórias quanto para

tragédia. É como se a leitura instaurasse um processo terapêutico discreto, ao inspirar uma vida interior, uma vida que não conseguimos medir nem imaginar sem o auxílio dos livros, diz Petit (2009, p. 114). Neste ponto, percebemos que falar de livros é também falar sobre si próprio.

instruir-se ou saber das notícias do mundo. Aqueles que almejavam o contato com os livros, autores e assuntos tinham maiores chances de ouvir tais textos do que segurar um livro na mão.

Leituras públicas informais também se tornaram comuns. Em *Dom Quixote*, o dono de um estaleiro declara: “Na época da colheita [...] muitos trabalhadores reúnem-se aqui e há sempre uns poucos que sabem ler, e um deles pega um desses livros nas mãos e mais de trinta amontoam-se em torno dele, e ouvem-no com tanto prazer que nossos cabelos brancos ficam jovens de novo”. (MANGUEL, 1997, p. 142). O ato de interpretar aquilo que era lido era de suma importância, pois era preciso dar vida às histórias já conhecidas pelos ouvintes. A presença do livro também era fundamental, por mais que o contador soubesse a história de cor. Os autores gregos e romanos faziam das recitações públicas seu principal meio de tornar seus livros de conhecimento público. (MCLUHAN, 1972, p. 127). É importante ressaltar que a leitura em voz alta não é uma prática fadada ao passado. Em alguns vídeos, os *booktubers* leem para os seus seguidores trechos selecionados dos livros comentados.

De acordo com os registros de Santo Agostinho, foi Santo Ambrósio o primeiro a ler em silêncio, o que o deixou perplexo. Para este, o modo como Santo Ambrósio lia, com os olhos na página e a língua quieta, era deveras estranho. Tão estranho que registrou o fato em *Confissões*: “quando [Santo Ambrósio] lia, seus olhos perscrutavam a página e seu coração buscava o sentido, mas sua voz ficava em silêncio e sua língua quieta”. (MANGUEL, 1997, p. 58). Tal modo de ler era incomum para a época, popularizando-se no Ocidente no século X.

Passa-se, então, da oratória para o “gesto de olho”; abandona-se o “rumor de uma articulação vocal”, o “movimento de manducação muscular”. (CHARTIER, 1999b, p. 23). Para Bellei (2002, p. 14), a leitura silenciosa “torna possível o conceito moderno de um ser individual e privado”. Na concepção de Proust (1991, p. 43), o silêncio é a atmosfera da amizade entre leitor e livro, mais puro que a própria palavra, pois “falamos para os outros, mas calamos para nós mesmos”. Já Chartier (1999a, p. 78) afirma que o silêncio na prática da leitura tornou-se obrigatório nas “bibliotecas universitárias na Idade Média”, onde se pressupunha que o comportamento do leitor deveria ser controlado e regulado. Foi mais precisamente a partir da segunda metade do século XVIII que a leitura se tornou de fato uma prática silenciosa, ao passo que se individualizava, devido basicamente à difusão de livros com conteúdo e formatos diversos, ao aumento da instrução da população e ao barateamento do custo do livro. (HORELLOU-LAFARGE; SEGRÉ, 2010, p. 53).

Ao contrário do silêncio das bibliotecas, os leitores – principalmente do México, da Argentina, da Colômbia, da Holanda, da Grécia e da Espanha – tinham à disposição os *Book Clubs*, ou Clube do Livro, como é chamado no Brasil. Segundo Petit (2009, p. 149), os clubes

de leitura são um fenômeno antigo, mas a partir dos anos 90 “eles se multiplicaram em vários países e havia centenas, milhares, na Inglaterra, e outros milhares nos Estados Unidos”. Atualmente, são atores que influenciam até mesmo o mercado editorial e o comércio do livro. Intensificado pela internet, os clubes contam com a participação de mulheres, em sua maioria, onde os encontros geralmente acontecem em bibliotecas ou cafeterias.

A questão central dos clubes de leitura é a **tertúlia**, ou seja, as pessoas se reúnem para discutir e conversar, o livro torna-se o gatilho para o diálogo, que muitas vezes ultrapassa o campo da literatura. A participação na conversa ocorre de forma livre, onde cada um escolhe o que quer comentar sobre as obras lidas. Segundo uma das participantes dos clubes de leitura, “os livros foram a desculpa para estabelecer centenas de amizades”. Nestas ocasiões, os leitores mostram-se felizes por poderem compartilhar suas emoções, seus achados literários, suas reflexões e questões. (PETIT, 2009, p. 156, grifo nosso).

No ano de 2015, os leitores tiveram a oportunidade de participar de um clube da leitura mundial. Mark Zuckerberg convidou seus mais de 31 milhões de seguidores no Facebook para participar de um Clube do Livro. Todo início de ano, Zuckerberg estabelece um desafio para si. Em 2015 decidiu que leria um livro novo a cada 15 dias, escolhendo obras relacionadas a crenças, cultura, história e tecnologia. Na página do Facebook *A year of books*⁶⁴ (Um ano de livros), Zuckerberg apresentava a obra que seria lida e convidava seus seguidores a discuti-la após a leitura. Através da página, informou que o primeiro livro do desafio seria a obra *O fim do poder*, de Moisés Naím. Publicada em 2012, não se tratava de um sucesso, mas, ao ser selecionado, seu estoque na Amazon⁶⁵ esgotou-se. No dia 13 de janeiro de 2015, 10 dias após a escolha do livro, os seguidores da página puderam participar de um bate-papo com Naím, enviando perguntas através dos comentários da postagem. O primeiro a comentar foi Mark. (ADMINISTRADORES, 2015, online).

O projeto também dispõe de um *site*⁶⁶ onde o leitor poderia juntar-se ao clube, cadastrando seu e-mail e, assim, manter-se atualizado sobre as novas leituras. Atualmente, exhibe todas as obras lidas para o projeto, seu resumo, informações sobre o autor, a resenha de Zuckerberg explicando por que o livro foi escolhido, bem como informações pertinentes sobre o título, incluindo dados catalográficos, preços e lugares para compra. É no mínimo interessante, ao meu ver, que uma figura com tal destaque nas redes sociais tenha desenvolvido este projeto. Zuckerberg não só mostrou aos seus seguidores sua intensa relação com os livros,

⁶⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/ayearofbooks>>. Acesso em: 13 jan. 2015.

⁶⁵ Disponível em: <<http://www.amazon.com/>>. Acesso em: 13 jan. 2015.

⁶⁶ Disponível em: <<http://www.ayearofbooks.net>>. Acesso em: 10 jan. 2016.

como também deu destaque a obras e autores que os leitores poderiam não conhecer. Por mais distantes que estivessem, cada participante do projeto estava conectado por meio da leitura.

Voltando às transformações da leitura, a segunda revolução refere-se a um estilo de leitura. A partir da metade do século XVIII, o leitor passa a alterar seu modo de ler: de intensivo para extensivo. O leitor intensivo dedicava-se excessivamente a determinados textos que eram lidos e relidos, recitados e memorizados, conhecidos de cor e passados de geração em geração. O extensivo, por sua vez, é aquele “pertencente à *Lesewut*, da fúria de ler que invade a Alemanha nos tempos de Goethe”. É o leitor que consome uma grande quantidade e variedade de livros, lendo-os com velocidade e avidez. Por consequência, o século XVIII presenciou o “crescimento da produção de livros, a multiplicação e a transformação dos jornais, o sucesso dos pequenos formatos, a redução do preço do livro, graças às cópias, a proliferação das sociedades de leitura” (*book clubs*) e das bibliotecas de empréstimo. (CHARTIER, 1999b, p. 99-100). O livro espalhava-se e difundia-se nas sociedades⁶⁷. Nesta época, de acordo com Horellou-Lafarge e Segré (2010, p. 52), “o desenvolvimento das cidades permitiu a progressiva impregnação do povo, porque a cidadina facilitava a difusão oral e coletiva do escrito por intermédio de diferentes redes sociais”.

Na metade do século XVIII, também havia outro modo de ler: a leitura fragmentada. Darnton (2010, p. 164) conta que os ingleses liam de modo intermitente no início da era moderna, pulando de livro em livro. Copiavam fragmentos e transcreviam em seus cadernos, que eram divididos em seções. Assim, ler e escrever era atividades conjuntas. Tais cadernos são entendidos como “livros de lugares-comuns”. Os leitores ingleses da era moderna liam de tudo, mas de modo fragmentado, “concentrando-se em pequenas porções de textos”. (DARNTON, 2010, p. 185). Essa “leitura orientada para a ação” difere-se da leitura sequencial realizada majoritariamente nos dias de hoje. No decorrer do século XX, também houve outra mudança na leitura, mas desta vez, no lugar onde era realizada. Petit (2008, p. 28) relata que o leitor – que na maioria das vezes era leitora – “levantou-se discretamente, deixou a sala de convívio e retirou-se em seu quarto”. Assim, a leitura, antes um momento de convívio e socialização, “converteu-se em um gesto de afirmação de singularidade”.

Historicamente, o local da leitura também sofreu alterações. Na Europa dos séculos XVII e XVIII, o livro era confeccionado para ser lido em uma biblioteca pública ou em uma

⁶⁷ É importante lembrar que a multiplicação dos livros foi percebida menos como fonte de saber e mais como confusão e perigo. (CHARTIER, 1999b, p. 99-100). Fato que resultou na necessidade de instrumentos que permitiam a seleção, classificação e hierarquização, nas quais, entre outros, os editores foram os incumbidos da “domesticação da abundância”. (CHARTIER, 2002, p. 76).

biblioteca particular. No século XIX, os editores começaram a produzir livros feitos para leituras em viagens. Para Manguel (1997, p. 178), “não há dúvida de que o ato de ler no tempo requer um correspondente ato de ler no espaço, e a relação entre os dois atos é inextrincável”. Isto é, há livros para serem lidos na cama, outros na poltrona, outros na escrivaninha e outros nos meios de transporte público. Argumenta que as leituras possuem sabores diferentes, dependendo do lugar onde são realizadas. O banheiro, por exemplo, é um local corriqueiramente citado como espaço de leitura. É descrito como “um lugar de retiro onde as tabuletas podem ser lidas sem interrupção”, em *A Vida de São Gregório*, uma obra do século XII. Henry Miller confessa: “Todas as minhas boas leituras eram feitas no banheiro. Há trechos do *Ulisses* que só podem ser lidos no banheiro – se você quiser extrair todo o sabor de seu conteúdo”. Para Proust, o banheiro era um local adequado para as “ocupações que exigiam uma solidão inviolável: leitura, devaneio, lágrimas e prazer sensual”. (MANGUEL, 1997, p. 178).

Além do banheiro, outro local recorrente para leituras é a cama. Nas palavras de Manguel (1997, p. 180), “ler na cama é um ato autocentrado, imóvel, livre das convenções sociais comuns, invisível ao mundo e algo que, por acontecer entre lençóis, no reino da luxúria e da ociosidade pecaminosa, tem algo da emoção das coisas proibidas”. Ler na cama nos fecha para um mundo e nos abre para outros. No entanto, esta prática não é antiga, uma vez que livros e camas confortáveis para leitura eram bens valiosos. Além disso, a privacidade no quarto era algo difícil pois, mesmo uma família sendo rica para ter quartos e camas para cada integrante, “as convenções sociais exigiam que certas cerimônias coletivas acontecessem ali”. Quando o quarto – e a cama – tornou-se um local privado, as leituras libertaram-se, já que o leitor poderia ler o que bem entendesse, longe dos olhos das visitas para as quais teria que explicar e justificar suas escolhas. (MANGUEL, 1997, p. 187). Sibilia (2008, p. 62) destaca, ainda, a importância do quarto – ou de um recinto privado – para a construção da subjetividade do sujeito, por meio da introspecção tanto da leitura quanto da escrita. Ou, como diria Virgínia Woolf (2014), a importância de um teto todo seu.

Por fim, a terceira revolução ainda é, de certa forma, vivenciada. Entretanto, nesta pesquisa, questiono-me se esta revolução está no mesmo âmbito que as demais. Para Chartier (1999b, p. 101), “a revolução do nosso presente é mais importante do que a de Gutenberg”, pois “não somente modifica a técnica de reprodução do texto, mas também as estruturas e as próprias formas do suporte que o comunica aos seus leitores”. O livro impresso de hoje é um herdeiro do manuscrito em seus formatos e em sua organização. Ou seja, as duas primeiras revoluções não alteraram de forma drástica as “estruturas fundamentais do livro”, o que não acontece com a chegada da terceira revolução. Esta é, acima de tudo, “uma revolução dos suportes e formas

que transmitem o escrito”. Tal transformação tem como único precedente a troca do rolo aos cadernos encadernados, fato que aconteceu “nos primeiros séculos da era cristã”.

Chartier (2002, p. 24) concebe que esta é uma revolução em três âmbitos, pois é concomitantemente “uma revolução da modalidade técnica da produção do escrito, uma revolução da percepção das entidades textuais e uma revolução das estruturas e formas mais fundamentais dos suportes da cultura escrita”. Horellou-Lafarge e Segré (2010, p. 99) concordam com Chartier (2002) ao constatarem que a “mudança dos suportes de leitura significa uma mudança nos modos de praticá-la, nas maneiras de apropriar-se dos conteúdos”. A leitura de um livro físico muda se realizada em formato digital. Nesta pesquisa o valor dos *e-books* não é negado, porém, a materialidade do livro é algo levado em conta na análise. Isto porque observei que os leitores nos *booktubes* valorizam – além do conteúdo e da experiência da leitura – a posse, a experiência do papel.

3.5 O Fim dos livros

Como diria Rouanet (2003, p. 57), estamos vivendo a época do “pós-tudo”, do “fim de tudo”. Neste cenário, o livro ocupa um “lugar de honra” em face da atual disseminação da tecnologia digital. Cenário no qual não faltam “fórmulas abusivas ou inutilmente apocalípticas a respeito da morte do livro”, do autor e do leitor, constata Aymard (2003, p. 182); ou agourentos que anunciam tal morte, nota Corral (2003, p. 193). Sendo pelo fogo, pela censura ou pela possibilidade de aniquilação, profetizada por teóricos e perseguida pela indústria da tecnologia (PROCÓPIO, 2010, p. 78), o livro impresso foi, e ainda é, alvo da ira da destruição.

A leitura já foi considerada a “corporificação do demônio”. Literatura e leitura são valorizadas e condenadas por uma sociedade que possui uma visão contraditória, pois a leitura é multifacetada; pode ser uma coisa para um professor e outra coisa para um profissional liberal. O livro e a leitura muitas vezes foram colocados no posto de vilões, acusados de perturbar a mente humana, iludir e alienar os leitores. De acordo com Zilberman (2001, p. 38), a leitura sinaliza um perigo para as sociedades e indivíduos autoritários porque, entre outras coisas, nos capacita a agir e pensar com liberdade, mesmo que mediados pelo imaginário e pela fantasia. Muitos tiranos e ditadores, durante séculos, tinham o discernimento de que “uma multidão analfabeta é mais fácil de dominar; uma vez que a arte da leitura não pode ser desaprendida, o segundo melhor recurso é limitar seu alcance”.

Os livros são a maldição das ditaduras, como nenhuma outra criação jamais foi. (MANGUEL, 1997, p. 315). Os livros e a leitura “dissipam a ignorância, a custódia e a

salvaguarda dos estados bem policiados”, afirma Voltaire (apud MANGUEL, 1997, p. 315). Ler, de certa forma, liberta seus leitores, e a liberdade da sociedade pode ser temida por aqueles que desejam manter o seu controle. Escrita e leitura inspiram medo porque permitem ao leitor compreender o seu contexto, interpretar os significados e as nuances daquilo que está oculto ao seu redor. Desta forma, a leitura “nunca deixou de ser criminalizada, encarnando o demônio, a magia ou o desconhecido temido pelos poderosos”. O controle da leitura efetivou-se no decorrer da história, com repressão e violência, concretizadas principalmente pela Igreja e pelo Estado. (HORELLOU-LAFARGE; SEGRÉ, 2010, p. 16).

3.5.1 Fogo

Segundo Eco (2010, p. 200), “o fogo acidental ou voluntário acompanha a história do livro desde suas origens”. Manguel (1997, p. 315) relata que no ano de 411 a.C., as obras de Protágoras foram queimadas em Atenas. O imperador chinês Chí Huang-Ti, em 213 a.C., queimou todos os livros do seu reino na tentativa de extinguir a leitura. No ano de 168 a.C., durante o levante dos Macabeus, a biblioteca de Jerusalém foi destruída. Dioclécio, em 303 d.C., condenou à fogueira todos os livros cristãos. Era o começo de uma série de destruições.

A Igreja destacou-se entre as autoridades que lutaram contra os livros e os condenaram a tornar-se cinzas. Ou melhor, era “obcecada pelos perigos da leitura no meio popular” (PETIT, 2008, p. 107). Martinho Lutero, mesmo ele, um dissidente, incentivava a leitura da Bíblia, mas condenava outras edições desta em língua vernácula. (ZILBERMAN, 2001, p. 22). Também condenava obras ditas profanas, chegando a publicar o *Index Librorum Prohibitorum*⁶⁸, contendo uma lista de textos que eram proibidos aos fiéis e/ou condenados à fogueira em praça pública – contendo obras de autores como Voltaire, Diderot, Colette e Graham Greene. Deste modo, esforçava-se para tornar a leitura uma prática coletiva e enquadrada. Todo o livro que fosse publicado deveria anteriormente passar pelo exame das autoridades eclesiásticas a fim de obter o *imprimatur*, ou seja, a permissão para sua publicação. Não só o livro era destruído; os vendedores itinerantes, os editores e os livreiros eram condenados à fogueira ou ao esquartejamento caso fossem flagrados comercializando obras proibidas. (HORELLOU-LAFARGE; SEGRÉ, 2010, p. 60).

A arte pode auxiliar a compreender a relação da fé com os livros, mediada pelo fogo. Como na obra *A pregação de São Paulo em Éfeso*, na qual se queimam livros enquanto a fé é

⁶⁸ O *index* foi concluído entre 1559 e 1564 e extinto em 1966. (HORELLOU-LAFARGE; SEGRÉ, 2010, p. 59).

pregada. No quadro, observamos São Paulo em pé, falando com alguns fiéis que o escutam. Já na parte inferior da pintura, vemos um escravo de joelhos, queimando livros que estampavam fórmulas e figuras matemáticas. Portanto, queimava-se a ciência grega. Analisando a obra, Carrière (2010, p. 200) pondera: “que mensagem, direta ou subterrânea, o pintor quis nos transmitir? [...] A fé chega, queima-se a ciência. É mais do que uma filtragem, é uma supressão pelas chamas. O quadrado da hipotenusa deve desaparecer para sempre”.

Assim como a Igreja, os nazistas também condenavam e queimavam livros. Na cidade de Berlim, em 10 de maio de 1933, o ministro da propaganda de Hitler, Paul Joseph Goebbels, discursou diante das câmeras e para uma multidão de mais de 100 mil pessoas enquanto mais de 20 mil livros eram queimados. Enquanto os livros viravam cinzas, Goebbels proclamava: “esta noite vocês fazem bem em jogar no fogo essas obscenidades do passado. Este é um ato poderoso, imenso e simbólico, que dirá ao mundo inteiro que o espírito velho está morto. Destas cinzas irá se erguer a fênix do espírito novo”. (MANGUEL, 1997, p. 316). É curioso lembrar que Goebbels, “provavelmente o único intelectual entre os nazistas”, era bibliófilo e que Hitler também era um grande leitor, vangloriando-se de ler um livro por dia. Conforme Carrière (2010, p. 206), “aqueles que queimam livros sabem muito bem o que fazem”.

A história de Goebbels e Hitler não se alinha às percepções de Abreu (2006, p. 81) citadas anteriormente: “a experiência da leitura literária nos torna mais humanos, desenvolvendo nossa solidariedade, nossa capacidade de admitir a existência de outros pontos de vista além do nosso, nosso discernimento acerca da realidade social e humana”. Na obra *A Biblioteca Esquecida de Hitler*, o historiador Timothy Ryback (2008) buscou entender o ditador por meio de seus livros lidos e das marginálias contidas nas páginas. Constata que Hitler não lia por prazer, mas, essencialmente, para compensar a falta de estudo escolar, pois saiu da escola aos 15 anos. Hitler lia desde obras filosóficas e clássicos da literatura até livros sobre guerra e ocultismo. Independentemente de que tipo de livro lia, realizava uma leitura superficial, coletando do texto apenas aquilo que se enquadrava em suas opiniões pré-concebidas. Era um leitor acrítico, sendo incapaz de distinguir a diferença entre a leitura de *Dom Quixote* e a leitura de um panfleto racista, segundo Ryback (2008).

Figura 4 – A pregação de São Paulo em Éfeso.



Fonte: wahooart.com

Figura 5 – Nazista queimam livros em Berlim.



Fonte: Manguel (1997, p. 316).

Ryback (2008) esclarece que ser um leitor não implica, necessariamente, em ser uma pessoa mais humanizada. Alinhando-me com o autor, não suponho que os *booktubers* e os seguidores tenham encontrado o pleno discernimento sobre sua realidade, nem desenvolvido por completo sua solidariedade. Os livros ajudam sim a despertar o espírito crítico dos leitores, mas tal como mostra a história de Hitler e como argumentam os teóricos aqui mobilizados, cabe ao leitor completar as lacunas deixadas pelo texto, urdir o tecido preparado pelo autor. Logo, cada leitor usufruirá e aproveitará as leituras de formas diferentes. Felizmente, a maioria dos leitores observados nesta pesquisa parecem colocar-se na história e tirar dela percepções esclarecedoras. Poucos são os que fazem o contrário, trazendo a história para si e encaixando apenas o que lhes convém em uma percepção de mundo pré-concebida. Para Hitler, os livros não eram um caminho para a humanização, eram um aval para a morte de mais de seis milhões de judeus.

Os Mongóis e os espanhóis no Novo mundo também atuaram como “coveiros de livros”. Infelizmente, esta ação não ficou restrita ao passado. Em 2015, militantes do Estado Islâmico destruíram mais de oito mil livros e manuscritos ao explodirem uma biblioteca fundada em 1921. Os livros que sobraram foram queimados em uma fogueira, apesar de moradores locais tentarem impedir a destruição. (OGLOBO, 2015b, online).

Livros e fogo é o contexto explorado por Ray Bradbury (2012) em *Fahrenheit 451*⁶⁹. Nesta distopia, um clássico da ficção científica, o futuro seria uma sociedade onde os livros são estritamente proibidos e veementemente perseguidos. São vistos como “uma arma carregada na casa do vizinho”, um “caminho para a melancolia”, um poder desestabilizador que coloca o leitor frente a outras perspectivas e, por conta disso, acaba confundindo-o. Com a ascensão de meios como o rádio e a TV, o autor imaginava uma sociedade de massa onde o fascínio das pessoas era dedicado às telas. Sem conversas e socialização, essa sociedade era composta por indivíduos depressivos, que se suicidavam ou matavam uns aos outros desde crianças.

3.5.2 *Censura*

Abreu (2006, p. 101) constata que muitos pensadores defenderam a ideia de que era um grande erro alfabetizar a classe baixa. Além da leitura não retirar tais pessoas da miséria, do vício e da indolência em que vivem, ainda poderia incitá-las à revolta. Acreditava-se que os pobres poderiam ser de alguma utilidade apenas quando mantidos sob subordinação, relegados à ignorância. Criaram-se leis que perduraram até a metade do século XIX, proibindo os escravos de serem alfabetizados e, assim, poderem ler e escrever. Os negros que persistiam em alfabetizar-se – lendo livros escondidos, pedindo para as suas senhoras que lhe dessem aulas, observando cubos de alfabetos das crianças brancas –, se flagrados, eram severamente punidos.

Conta Doc Daniel Dowdy: “a primeira vez que você era surpreendido tentando ler ou escrever, você era açoitado com um relho de couro cru; na segunda vez, com um chicote de nove tiras; na terceira vez cortavam a ponta do seu dedo indicador”. (apud MANGUEL, 1997, p. 312). No sul dos Estados Unidos, era comum a prática de enforcar escravos que tentavam ensinar os outros a soletrar. Então, por que muitos escravos insistiam em entrar para o mundo letrado se isso poderia lhes custar o dedo ou até mesmo a vida? Manguel (1997, p. 313) reflete que aprender a ler não era um passaporte imediato para a liberdade do negro, “mas uma maneira de ter acesso a um dos instrumentos mais poderosos de seus opressores: o livro”.

Além dos escravos e dos pobres, a leitura também era considerada perigosa para as mulheres, pois se pensava que “elas eram governadas pela imaginação e inclinadas ao prazer e, como não tinham ocupações sólidas, nada as afastaria das desordens do coração – e das desordens do corpo, que são as piores”. (ABREU, 2006, p. 101). Para São Tomás de Aquino, “a mulher foi criada para ser a companheira e ajudante do homem”. (MANGUEL, 1997, p.

⁶⁹ Segundo Carrière (2010, p. 199), “451 graus Fahrenheit é precisamente a temperatura sob a qual o papel queima”.

246). A mulher era “afastada” do poder intelectual pois este a conduziria para a curiosidade. Ser uma mulher curiosa era considerado um pecado, pecado este que levou Eva a “provar do fruto proibido do conhecimento”. Pensou-se, durante toda a Idade Média, que a mulher deveria ser mantida inocente e virginal, sendo educada apenas até o ponto onde seus conhecimentos fossem úteis aos homens e às atividades domésticas.

Manguel (1997) lembra que, mesmo lendo apenas essa literatura permitida, as mulheres encontraram estímulos intelectuais para tornarem-se leitoras e grandes escritoras. Na obra *Um teto todo seu*, escrita em 1928, Virgínia Woolf (2014) reflete a relação entre as mulheres e a ficção ponderando que, para escrever, as mulheres precisavam de quinhentas libras por ano e um teto próprio, um espaço longe de perturbações. No que se refere ao dinheiro, a escritora conta que somente no final do século XIX, na Inglaterra, o dinheiro das mulheres deixou de ser propriedade de seus maridos.

Quando uma mulher conseguia escrever, era desacreditada. Muitas vezes escondia-se por trás de pseudônimos masculinos⁷⁰. Se escrever uma obra-prima era um trabalho repleto de “dificuldades prodigiosas” para os homens, para as mulheres “essas dificuldades eram infinitamente mais desconhecidas”. (WOOLF, 2014, p. 78). “Qualquer mulher que tenha nascido com um grande talento no século XVI certamente teria enlouquecido”, destaca Woolf (2014, p. 74), “atirando em si mesma ou terminando seus dias em um chalé nos arredores da vila, meio bruxa, meio feiticeira, temida e escarnecida”.

Foi somente no final do século XVIII que as mulheres começaram a escrever, mas ainda escreviam na sala de estar, ainda não tinham um teto todo seu. Ainda se envergonhavam do que escreviam. Jane Austen escreveu *Orgulho e Preconceito* às escondidas, cobrindo seus manuscritos com um mata-borrão cada vez que alguém se aproximava. Para ela, por mais estranho que isso possa parecer, “havia algo de desonroso no ato de escrever *Orgulho e Preconceito*”. (WOOLF, 2014, p. 99). Esta autora constata que a produção desta obra foi um verdadeiro milagre devido às circunstâncias.

Woolf (2014) pensava que, após cem anos, as mulheres não seriam mais o sexo frágil e, deste modo, qualquer coisa poderia acontecer. Elas escreveriam sobre todos os temas que quisessem, não seriam julgadas inferiores e teriam as mesmas condições de desenvolvimento e produção intelectual que os homens. E aqui estamos nós, quase noventa anos após essa

⁷⁰ “Currer Bell, George Eliot, George Sand, todas vítimas de uma luta íntima, como provam seus escritos, buscaram sem sucesso esconder-se usando nomes de homem. Desse modo, elas reverenciavam a convenção, se não criada pelo outro sexo, abertamente encorajada por elas [...], de que a publicidade é algo detestável para uma mulher. A anonimidade está em seu sangue. O desejo de ficar escondida ainda a toma por inteiro”, destaca Woolf (2014, p. 75).

constatação. Neste período, as mulheres obtiveram diversas conquistas, muitas coisas mudaram, melhoraram. Contudo, conforme nota a crítica literária Noemi Jaffe (apud WOOLF, 2014, p. 169), “as conquistas femininas continuam sendo não mais do que ‘conquistas’ às quais as mulheres precisam se aferrar ou das quais devem se orgulhar”.

Com o objetivo de valorizar a literatura escrita por mulheres e incentivar a leitura de tais obras, a escritora Joanna Walsh (2014, online) criou o projeto #readwomen2014 no Twitter⁷¹ após perceber a marginalização das escritoras por avaliadores, revisores e revistas literárias. Atualmente, segundo Walsh (2014, online), as mulheres publicam tanto quanto os homens, mas possuem menos visibilidade, são menos lidas, mais facilmente esquecidas e desvalorizadas. Com a *hashtag*⁷², Walsh (2014, online) publicou alguns marcadores de página com nomes e caricaturas de escritoras e, posteriormente, passou a *tuitar* nomes de outras escritoras mulheres. A partir disso, a lista começou a crescer com a participação de seus seguidores no Twitter. A *hashtag* serviu como um grito de guerra, um incentivo pessoal, uma celebração de realizações e como um vínculo entre os projetos que surgiram em todo o mundo.

Walsh (2014, online), sem querer, criou um projeto que se expandiu para além do Twitter, para além de seu país e para além daquele ano. No Brasil, o projeto tornou-se o #leiamulheres, idealizado por Michelle Henriques, Juliana Leuenroth e Juliana Gomes. Com 63 mediadoras espalhadas por 28 cidades brasileiras, o #leiamulheres inseriu a discussão em espaços culturais e livrarias. Cada cidade possui seu clube de leitura, conduzido pelas mediadoras. Conta também com um *site*⁷³ onde são publicadas informações sobre o projeto, conteúdos e resenhas de obras escritas por mulheres. A projeto tanto coloca em pauta a desigualdade entre homens e mulheres no mercado editorial quanto procura desmistificar a questão de que literatura escrita por mulheres é uma “literatura de mulherzinha”. As idealizadoras esperam que um dia o #leiamulheres não seja mais necessário porque homens e mulheres serão lidos, publicados e valorizados em igual proporção.

No *booktube* o projeto ganha ênfase no mês de março, em comemoração ao *Dia Internacional da Mulher* (8 de março). Alguns *booktubers* dedicam este mês à leitura de obras escritas por mulheres ou que discutam o papel da mulher na sociedade utilizando tópicos como “leia mulheres”, “lendo mulheres” ou “leia mais mulheres”. Entre alguns exemplos, encontram-

⁷¹ Disponível em: <<https://twitter.com/hashtag/readwomen2014?src=hash>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁷² Segundo Recuero (2014, online), “uma *hashtag* constitui-se em uma etiqueta de ‘contexto’ no Twitter, que aponta de forma específica um termo que não apenas constrói contexto, mas igualmente permite que o tweet seja buscado e recuperado também pela etiqueta. Em geral é representada pelo sinal #”.

⁷³ Disponível em: <<http://leiamulheres.com.br/>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

se os canais Michelle Borges⁷⁴, *Mundo de Morfeu*⁷⁵, Fabiola Paschoal⁷⁶, *Maquiada na livraria*⁷⁷, *Pensar ao ler*⁷⁸, *Livr Isa*⁷⁹, *Pausa para um café*⁸⁰, *Compartilivros*⁸¹, Carol Miranda⁸², Ju Spohr⁸³, Jeniffer Geraldini⁸⁴, Carol Patrocínio⁸⁵, *Este não é um best-seller*⁸⁶, *Frases perdidas*⁸⁷, *Romeu Julieta*⁸⁸, Eduardo Collovini⁸⁹, *Canal da Ceci*⁹⁰, Patrícia Lima⁹¹, Bruna Miranda⁹², *Ler antes de morrer*⁹³ e *Despindo Estórias*⁹⁴.

Em março de 2016, Iara (canal *Conto em canto*) propôs o projeto #mulheresparaler⁹⁵ em comemoração à data. Convidou seus seguidores a contarem quantos livros escritos por mulheres existem em suas estantes. Ela fez a contagem e percebeu que a quantidade de obras escrita por homens que constavam na sua estante era consideravelmente maior do que as escritas por mulheres. A partir disso, resolveu dedicar o mês para a discussão sobre gêneros na literatura, representatividade feminina, autoras brasileiras e estrangeiras, personagens femininas e demais aspectos que envolviam o cenário literário e o papel das mulheres nele.

Conta que este mês lia somente mulheres, pedindo aos seus seguidores que incluíssem ao menos uma mulher na sua lista de leituras. Apesar disso, a primeira pessoa a ficar bilionária com a venda de seus livros e dos direitos autorais de suas personagens foi uma mulher. Joanne Rowling tornou-se J. K. Rowling ao inserir o K de “Kathleen”, nome de sua avó paterna, a pedido de sua editora – Bloomsbury Children’s Books, pois acreditava-se que uma mulher não agradaria um público de jovens garotos. (JKROWLING.COM, online)⁹⁶.

A relação adversa entre as mulheres e a leitura, assim como os possíveis malefícios que o excesso de leitura infligiria ao homem é também explorada pela própria literatura. Obras

⁷⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/a24kBb8yFnI>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁷⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/7RGG38-BmSk>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁷⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/F12IseZcKa8>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁷⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/40JtI-oVYoQ>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁷⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/CwqYSSQ8ov0>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁷⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/2Uw75O6SPcI>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁸⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/Lo6lr7jtiys>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁸¹ Disponível em: <<https://youtu.be/-TG6iuZJ-7A>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁸² Disponível em: <<https://youtu.be/qePHnLHLmWg>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁸³ Disponível em: <<https://youtu.be/lkGPY-khBCA>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁸⁴ Disponível em: <https://youtu.be/50v_hU3RJtk>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁸⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/4Iy7ZK243xk>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁸⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/DvR2VzG31X8>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁸⁷ Disponível em: <https://youtu.be/Xp2yB_4MtXE>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁸⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/N9PGXNqmHcw>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁸⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/BxW2KIM4oTI>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁹⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/Mobb4GhrXUA>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁹¹ Disponível em: <<https://youtu.be/pkN1KFuj50Y>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁹² Disponível em: <<https://youtu.be/c4YzJxeokEg>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁹³ Disponível em: <<https://youtu.be/bbIBHBOgAYE>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁹⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/Z1xw9-nVoKo>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁹⁵ Disponível em: <https://youtu.be/wh3u_4O8Aso>. Acesso em: 15 ago. 2016.

⁹⁶ Disponível em: <http://www.jkrowling.com/pt_BR/#/sobre-jk-rowling>. Acesso em: 20 mar. 2016.

como *Madame Bovary* e *Dom Quixote de la mancha* falam sobre o poder que a leitura tem para com o leitor. Em *Madame Bovary*, Gustave Flaubert relata a história de Emma, o “modelo cabal da leitora lograda pelos livros consumidos”. A leitura é um vício que consome Madame Bovary, é uma “droga entorpecedora dos sentidos”. (ZILBERMAN, 2001, p. 33-35). Petit (2008, p. 138) ressalta que a necessidade intensa de leitura pode equipará-la a uma droga. A protagonista de Flaubert também representa uma mudança de gênero – o leitor passa a ser a leitora. Aquela que, detentora de feminilidade, sinônimo de fragilidade, neste caso, deixa-se “dominar pelo mundo fictício e fantasioso transmitido pelos livros”. Neste romance do século XIX, Emma trai seu marido na eterna busca por um grande amor, um amor como ocorria nos livros que lia. Flaubert teria revelado que “o público feminino constitui a porção mais frágil e passível de sedução pelos maus livros postos à sua disposição”. (ZILBERMAN, 2001, p. 35). Entretanto, através de Emma, Flaubert também se coloca no papel do “romântico fracassado” ao afirmar: “Madame Bovary sou eu”. (CARPEAUX apud FLAUBERT, 2014, p. 7).

Em *Dom Quixote de la mancha*⁹⁷ são os livros que transformam Alfonso Quejana em Dom Quixote. Para Zilberman (2001, p. 27), Miguel de Cervantes destaca uma figura que até então era desconhecida – o leitor. Em sua obra, o leitor é relatado como um ser independente, conquistando sua liberdade ao despertar seu imaginário através da leitura. Após o contato com os livros, “nada mais pode contê-lo ou dominá-lo”. Assim, “a autonomia do leitor talvez seja o dado mais importante documentado por Cervantes: Alfonso Quejana, depois de metamorfoseado em Dom Quixote, é incontrolável”. Por seu teor, a obra foi proibida no Chile em 1981 por uma junta militar, por acreditar-se que “o livro continha um apelo pela liberdade individual e um ataque à autoridade constituída”. (PETIT, 2008, p. 112).

Tal como as histórias de *Madame Bovary* e *Dom Quixote*, os livros e a leitura foram acusados de entorpecer a mente e foram veementemente perseguidos por, de certo modo, libertar o leitor. Para aqueles que detinham o poder, era vantajoso que mulheres, pobres e negros fossem mantidos longe de obras que poderiam lhes mostrar outros caminhos para além da submissão. Novos caminhos podem ser vislumbrados quando os leitores não realizam leituras superficiais e acríticas, mas sim, quando se envolvem em uma leitura profunda.

Essa leitura lenta, rica em sentidos e complexidades, segundo pesquisas da ciência cognitiva desenvolvidas por Mar, Tackett e Moore (2010), ao criar uma representação mental das histórias lidas, ativa a mesma região do cérebro que as cenas que acontecem na “vida real”. Deste modo, os dilemas, problemas, e emoções vividas pelas personagens servem como um

⁹⁷ Sobre Miguel de Cervantes, ver mais em: <<https://goo.gl/wzv8R>>. Acesso em: 10 set. 2016.

exercício para o cérebro. Segundo os pesquisadores, é a partir deste exercício contínuo que a literatura auxilia os leitores a desenvolverem maior empatia com os demais indivíduos. Para Lindstrom (2009), a leitura também ativa os neurônios-espelhos, ou seja, o cérebro passa a reagir a algo que leu como se isso tivesse de fato acontecido. Isso explica o porquê de rirmos quando uma personagem ri, franzimos o cenho quando uma personagem franze, ou de nos emocionarmos quando uma personagem se emociona.

3.5.3 Morte

“*Ceci tuera cela*” (Isto matará aquilo). A célebre frase de Claude Frollo, personagem de Victor Hugo em *O Corcunda de Notre-Dame*, “representa uma resposta cultural típica de momentos históricos em que uma nova tecnologia começa a competir com as anteriores”, afirma Bellei (2002, p. 38), tal como Eco (1996). Logo, a premissa seria verdadeira para o livro, principalmente com a popularização da internet e a propagação da tecnologia digital. Contudo, o livro físico resiste, apesar de muitos teóricos duvidarem disto. Há muito tempo alguns eruditos estão tentando enterrar o livro, desde o surgimento dos jornais.

Alphonse de Lamartine, em 1831, afirmava que antes do fim do século XIX o jornalismo seria “todo o pensamento humano”, alegando que o único livro possível seria o jornal. Depois, com o surgimento do fonógrafo de Thomas Edison, pensou-se que seria óbvio que as pessoas não leriam mais livros, e sim os escutariam. Philip Hubert, em 1889, previa que “muitos livros e histórias podem nem chegar a vir à luz impressos: irão para as mãos dos seus leitores, ou antes ouvintes, como fonogramas”. (CARR, 2011, p. 155). Ele supunha que as bibliotecas seriam transformadas em fonografotecas. Por conseguinte, nota Carr (2011, p. 156), “durante o século XX, a leitura de livros resistiria a um massacre repetido de ameaças aparentemente mortais: ir ao cinema, ouvir rádio, assistir TV”. Tudo parecia intimidar a existência dos livros.

No viés de Eco (1996), conforme observa Darnton (2010, p. 7-14), a resistência do livro físico perante o novo contexto elucida um dos princípios da história da comunicação: o surgimento de uma nova mídia não suprime o lugar de outra, tal qual o temor de Frollo. Assim, “a publicação de manuscritos floresceu por muito tempo depois da invenção da prensa móvel por Gutenberg; os jornais não acabaram com o livro impresso; a televisão não destruiu o rádio; a internet não fez os telespectadores abandonarem suas tevês”⁹⁸. Chartier (2002, p. 8) também lembra que os antigos usos não foram nem brutalmente nem totalmente apagados pelas novas

⁹⁸ Segundo Carr (2011, p. 125), “a maioria dos estudos das atividades de comunicação indicam que, enquanto o uso da internet cresceu, o tempo dedicado à televisão ou permaneceu constante ou cresceu”.

técnicas e que “a era do texto eletrônico será ainda, e certamente por muito tempo, uma era do manuscrito e do impresso”.

A morte do livro é profetizada há muitos anos, intensificando-se com a criação do primeiro *e-reader*. De lá para cá, muitos foram os que fortaleceram o coro e sepultaram o livro. Bloom (2011, p. 138-139) argumenta que, “se o romance está fadado a desaparecer, então, vamos reverenciá-lo por seus valores estéticos e espirituais, talvez até por seu heroísmo, seja por seus protagonistas ou pelos autores”. Nestes tempos nefastos, onde romances definham, pelos menos os romances de Marcel Proust não deveriam desaparecer, mas talvez desapareçam, na sua concepção. Sibilia (2008, p. 121) alinha-se às percepções de Bloom (2011) ao alegar que no contexto em mutação da Web 2.0, ler uma obra de Proust seria uma “façanha incompatível” com a velocidade dos novos tempos. Ela argumenta que ler ou tentar escrever algo de tamanha proporção seria uma tarefa inimaginável atualmente.

Para esta pesquisa, é interessante que Sibilia (2008) e Bloom (2011) tenham mencionado os romances de Proust. Tatiana Feltrin, uma das *booktubers* que analiso, criou o projeto de leitura intitulado *Lendo Proust*. Tatiana leu o romance *Em busca do tempo perdido*, que é dividido em sete volumes – 1. *No caminho de Swann*, 2. *As sombras das raparigas em flor*, 3. *O caminho de Guermantes*, 4. *Sodoma e Gomorra*, 5. *A prisioneira*, 6. *A fugitiva* e 7. *O tempo redescoberto* –, além de biografias sobre o autor. A ideia foi realizar um diário de leitura no qual ela comentava em vídeo o que estava achando da obra, instigando seus seguidores a ler e comentar a leitura com ela, tal como discuto no capítulo 7.

Apesar disto, talvez por desconhecer o fenômeno aqui investigado ou por ser um autor que dependa da venda de livros, mas que possa não despertar o interesse do jovem leitor, Philip Roth (apud GIRON, 2013, online) subestima a figura do leitor atual, alegando que este não se renova nem se interessa por literatura. Para o escritor americano, a tecnologia acabará com o livro impresso e a literatura perderá a sua influência na formação dos jovens. Roth declara: “a cultura literária como conhecemos vai acabar em 20 anos. Ela já está agonizando. Obras de ficção não despertam mais interesse nos jovens, e tenho a impressão de que não são mais lidas”. Neste caminho, afirma: “daqui a poucas décadas, a relação do público e do escritor com a cultura será muito diferente. Não sei como será, mas os livros em papel vão acabar”.

Na obra *Fim dos livros, fim dos leitores?*, Zilberman (2001, p. 16-17) comenta sobre o diagnóstico pessimista que presenciou no final do século XX, quando acreditava-se que a era do livro encerrar-se-ia graças à soberania da comunicação eletrônica, “capitaneadas pelo uso do computador e o fascínio exercido pela internet”. Mas ressalta: “a leitura nunca foi tão prestigiada como agora” e seu obituário seria prematuro. Entretanto, nota que a valorização da

leitura e do livro pode ter chegado tarde demais e, assim, os “profetas da aurora do milênio” prenunciam que o livro terá seu fim, ao ser substituído por “multimídias interativas”, que conquistariam o gosto do “*nerd* internauta”, aquele que percorre apenas “universos virtuais”. (ZILBERMAN, 2001, p. 105). A autora lembra, contudo, que o livro – enquanto materialidade – resiste à obsolescência programada, acompanhando a vida e a morte de outras plataformas de informação. Por outro lado, a sobrevivência do livro também é a sobrevivência da própria literatura, pois “suscita a interferência do leitor”, que não a abandona.

Bellei (2002, p. 10-13) afirma que o futuro do livro nos causa uma preocupação traumática, pois neste futuro o livro poderia não existir ou, ao menos, poderia sofrer uma mudança radical em sua natureza. Deste modo, trata-se de uma “preocupação culturalmente traumática porque a perda ou a modificação da natureza do livro [...] é muito mais do que a perda de um objeto de consumo”. Na realidade, significa “a perda ou a mudança de uma instituição e, até mesmo, de um objeto mágico e sagrado”. Estaríamos traumatizados pela “ameaça de extinção” de algo tão valioso cultural e historicamente, sendo que o responsável por tal feito seria “o aparecimento de uma nova e poderosa tecnologia de armazenamento e fluxo de informação”: a internet. A ameaça ao livro impresso também significa a ameaça a “todo um conjunto de estruturas sociais e econômicas e de identidades pessoais ou grupais”, a uma “entidade que instituiu valores comunitários e econômicos”. Bellei (2002, p. 39) comenta as “posturas passionais” de Birkerts (2006), que rejeita o novo e o vê como uma ameaça, acreditando que o fim do livro é uma catástrofe cultural, e de Coover, que vê tal fim como algo benéfico.

Em seu artigo publicado no *New York Times* em junho de 1992, intitulado *The End of Books*, Robert Coover também decretava o fim do livro. Alegava que a mídia impressa, com o advento da mídia eletrônica, tornou-se ultrapassada, condenada ao esquecimento e destinada aos museus empoeirados que ainda insistimos em chamar de bibliotecas. Para Coover (1992, online, tradução nossa), a proliferação dos livros em si, juntamente com outros meios de comunicação baseados na impressão “é tida como um sinal de seu estado moribundo febril, o último suspiro fútil de uma forma vital uma vez antes de ele finalmente passar longe para sempre⁹⁹”.

A morte do livro, neste caso, também significa a morte do romance. Este impõe, de acordo com Coover (1992, online, tradução nossa), uma espécie de tirania da linha, na qual o autor tem domínio do início, meio e fim do romance, onde seu poder se dá através “da linha,

⁹⁹ “is held to be a sign of its feverish moribundity, the last futile gasp of a once vital form before it finally passes away forever”.

desse movimento obrigatório e controlado pelo autor, que leva do início da frase ao ponto final, da margem superior a inferior, da primeira página à última¹⁰⁰". O leitor apenas combateria tal tirania por meios de suas marginais e notas. Contudo, Coover constata que "a verdadeira liberdade da tirania da linha é percebida [...] com o advento do hipertexto, escrito e lido no computador, onde a linha de fato não existe¹⁰¹", pois, a impressão seria um modo de opressão.

Para combater tal tirania e subverter a lógica do romance burguês tradicional, Coover (1992, online) criou o *Brown University Hypertext Fiction Workshop*, um curso voltado para a criação de novas narrativas e para mudanças nos hábitos de leitura. Os estudantes eram convidados a improvisar e escapar da linearidade da linha, desvendando uma nova arena para a escrita. A ficção desenvolvida estava sempre em curso, podendo tomar qualquer direção. Intitulada *Hotel*, seus vários escritores possuíam a autonomia de realizar *check-in*, criar salas, corredores, inserindo novos contextos ou fazendo novas conexões na história. Porém, com as atualizações de *hardware* e *software*, boa parte do projeto foi perdida, e com as atualizações que se seguiram, o projeto teve seu fim.

Para Johnson (2001, p. 93), o hipertexto "literalizou" a metáfora da "revolta do leitor", pois seria "uma forma mais igualitária, em que o leitor criaria a narrativa clicando em *links* e acompanhando diferentes tramas, como nos velhos livros para crianças do tipo 'escolha sua própria aventura'". Isto posto, a vítima do hipertexto é a "venerável sensação de término".

Coover (1992, online) presenciou a premissa de Carrière (2010, p. 24): "não existe nada mais efêmero do que os suportes duráveis". Eco e Carrière conversaram sobre tal previsão fúnebre na obra *Não contem com o fim do livro* (2010). Como se percebe pelo título, ambos se colocam ao lado da posição que assumo, ao defenderem que o livro não morrerá. Eco (2010, p. 16) relata que já estava um tanto quanto cansado de dar entrevistas sobre este assunto, pois os jornalistas – em sua maioria – fixam-se na ideia de que o livro irá desaparecer. Carrière (2010, p. 24) lembra que "não existe nada mais efêmero do que os suportes duráveis", pois ainda podemos ler livros que foram produzidos há cinco séculos atrás, mas não temos mais acessos a disquetes ou CD-ROM com poucos anos, "a menos que guardemos nossos velhos computadores em nossos porões". Isso sem falar que cada novo suporte exigirá novos esforços de aprendizado e assimilação, ressalta Eco (2010).

¹⁰⁰ "the line, that compulsory author-directed movement from the beginning of a sentence to its period, from the top of the page to the bottom, from the first page to the last".

¹⁰¹ "true freedom from the tyranny of the line is perceived [...] with the advent of hypertext, written and read on the computer, where the line in fact does not exist".

Além disso, o computador e os *e-readers* precisam de energia. Entretanto, “ainda poderemos ler livros, durante o dia, ou à noite à luz de uma vela, quando toda a herança audiovisual tiver desaparecido” (CARRIÈRE, 2010, p. 30), ou até mesmo nossas fontes de energia. Portanto, se é preciso salvar algo para a posterioridade, salvemos o livro. Tanto Carrière (2010) quanto Eco (2010, p. 17) são bibliófilos e defensores do livro impresso. O livro é o ápice do suporte da escrita, ele poderá evoluir “em seus componentes, talvez as páginas não sejam mais de papel. Mas ele permanecerá o que é”. Declara Eco (2010, p. 36): “se devo salvar alguma coisa que seja facilmente transportável e que deu provas de sua capacidade de resistir às vicissitudes do tempo, escolho o livro”.

Por outro lado, a indústria da tecnologia tem se empenhado no sepultamento do livro tal qual o conhecemos hoje. Em uma conferência sobre livros e suas perspectivas, realizada pela Câmara Argentina do Livro no ano 2000, o vice-presidente da Microsoft, Dick Brass, anunciou o funeral do livro impresso. Afirmou que em 2015 estaria disponível eletronicamente todo o acervo da Biblioteca do Congresso dos EUA¹⁰²; que em 2018 o último periódico impresso seria publicado e que em 2019 a palavra “livro” teria a seguinte descrição nos dicionários: “importante obra escrita, geralmente acessível por intermédio de computador ou de equipamentos de leitura pessoal”. Em resumo, o livro impresso estaria fadado às “latas de lixo da história”. (BAUMAN, 2003, p. 17).

No mesmo evento, os integrantes do Media Lab, Jerome Rubin e Joseph Jacobson, anunciavam suas descobertas com a tinta e o papel eletrônico, que juntos “permitiriam a transferência eletrônica de textos sem a mediação de computadores e dariam aos leitores a impressão” de estarem lendo um livro de verdade. O futuro do livro parecia estar nas mãos das empresas de tecnologia. Todavia, argumenta Bauman (2003, p. 19), “contrariamente ao que eles gostariam que pensássemos, o futuro do livro não será influenciado pelo que eles venham a fazer ou não”. Isto porque “não é a tecnologia da edição ou da distribuição que determinará se o livro vai tecer vínculos entre comunidades humanas, nem qual será seu lugar em nossas culturas compartilhadas ou separadas”, assegura o autor.

Para aqueles que profetizam o fim do livro, o seu principal assassino é a internet, como já mencionado. Neste contexto, Hine (2004, p. 10) conta que os primeiros estudos que foram desenvolvidos sobre a internet possuíam um cunho “futurista revolucionário” onde acreditava-se que um dos futuros seria a transformação completa de átomos em bits. (NEGROPONTE, 1995). Um destes efeitos seria o fim do livro como tal. Na concepção apresentada pelos teóricos

¹⁰² Em 2015, a Biblioteca do Congresso dos EUA possuía parte de seu acervo digitalizada, que pode ser acessada em: <<http://www.loc.gov/>>.

desta visão, os livros seriam plataformas antiquadas para guardar e disseminar informação, essencialmente se comparados a outras plataformas tecnológicas. Neste prisma, Negroponte (1995, p. 04) argumentava que, assim como acontecerá com a música, “o lento manejo humano da maioria da informação armazenada nos livros, jornais e vídeos cassetes, se converterá em uma transferência instantânea e gratuita de dados eletrônicos”, portanto, a “transição dos átomos para os bits é irrevogável e incontrolável”.

Partindo desta lógica, o desenvolvimento da internet acarretaria o inevitável fim do livro. Ironicamente, como nota Hine (2004, p. 12), os livros beneficiam-se cada vez mais do comércio *online*. Ou seja, ao invés de matar os livros, a internet está contribuindo para o seu acesso e distribuição – sem falar das relações estabelecidas a partir do livro e da leitura observadas nas análises. No futuro vislumbrado por autores como Negroponte (1995), o desenvolvimento da internet seria uma ameaça para a economia das livrarias e editoras. Todavia, lembra Hine (2004, p. 12), este setor, além de não estar ameaçado, ainda se utiliza da internet para fortalecer-se.

Em 2016, a possível morte do livro voltou à pauta. Darnton lembra que várias profecias foram ditas sobre o fim do livro desde a previsão de Walter Benjamin, em 1928. Contudo, quem está decidindo o destino das publicações é o leitor. Para ele, o livro não está morto, pelo contrário. (FACCHINI, 2016, online). As percepções de Darnton se alinham aos resultados da pesquisa *Book Reading 2016*, publicada pela *Pew Research Center* nos Estados Unidos, um dos maiores mercados consumidores de livros. De acordo com a pesquisa, desde 2012, o número de americanos leitores não sofreu mudanças significativas (73% da população). Destes, 65% preferiram ler livros impressos em 2015, 28% ler *e-books* e 14% escutar áudio livros. A principal mudança de comportamento leitor detectado pela pesquisa é que, entre aqueles que leem livros digitais, muitos o fazem em dispositivos multifuncionais, tais como tablets e celulares, ao invés de utilizarem um *e-reader*. Os resultados mostram que, por mais que os americanos tenham diversos dispositivos a seu dispor, o livro impresso configura como a plataforma de leitura predileta. (PERRIN, 2016, online).

3.6 O livro na cultura da internet

O futuro do livro é um tanto quanto traumático para a sociedade, pois pode significar o desaparecimento da “própria manifestação material da essência imaterial do humano”. (BELLEI, 2002, p. 12). Isso porque, quando se pensa o livro na era digital imagina-se apenas o *e-book* e o hipertexto como protagonistas, como se a evolução tecnológica nos deixasse apenas

os bites e sucumbissem os átomos. Para Bellei (2002, p. 29), o surgimento do computador afetou o livro de duas maneiras: reproduzindo de forma digital os livros impressos e apresentando-os em telas; e modificando o livro de forma radical, transformando-o em hipertexto. Para o autor, tais modificações fariam nos questionarmos sobre a necessidade de se preservar – ou manter vivo – o original, ou seja, o livro, já que as demais versões seriam melhores em sua opinião. Tal argumentação contradiz a de Chartier (1999b, p. 107), ao declarar que “apenas preservando a inteligência da cultura do códex poderemos gozar a ‘felicidade extravagante’ prometida pela tela”. O projeto de digitalização é fundamental, mas ele não deve significar a rejeição ou a destruição do livro impresso.

Sobre a primeira modificação, Bellei (2002) lembra que as vantagens do livro digital são inúmeras, como o compartilhamento de materiais por alunos, leitores e profissionais de qualquer lugar do mundo por meio da internet; o acesso às bibliotecas virtuais; a transformação dos estudos literários e o acesso mais facilitado a obras disponíveis *online*. A propósito desta última questão, Bellei (2002, p. 100) constata que a “lei do menor esforço” tornaria o livro cada vez mais invisível e desnecessário. Esta invisibilidade intensifica-se, para o autor, “em virtude da atração exercida pelo magnetismo hipnótico da novidade tecnológica”. O livro seria apenas uma segunda opção. O autor nota que o hipertexto, esta “prática cultural de vanguarda”, pode ser o futuro do livro, transformando o fim do livro no livro sem fim. Dito de outra forma, um livro com mil desfechos e entradas possíveis, um texto não linear e contínuo, tal como o projeto de Coover.

Procópio (2010, p. 45) esclarece que um *e-book* é um arquivo passível de ser consumido em “*softwares* especiais de leitura”, que possuam “ferramentas como bookmarks, procura, dicionários relacionados, *hyperlinks* etc, cujos títulos possam ser levados em aparelhos portáteis”. Estes aparelhos podem ser dedicados ou não. Isto é, o *Kindle*, por exemplo, é um leitor dedicado, ou um *e-reader*, pois suas funcionalidades são dedicadas exclusivamente à leitura e compra de textos digitais. Já um *iPad* pode ser utilizado para tais leituras, mas seu foco é o consumo de mídia de uma forma geral. Segundo Procópio (2010, p. 81), um *e-reader* é “um dispositivo portátil eletrônico, com tela plana de cristal líquido colorido ou não, sensível ao toque de uma caneta ou dedo. Com controle de luminosidade ajustável para prevenir cansaço nos olhos e problemas de saúde dessa ordem”¹⁰³.

¹⁰³ O primeiro *e-reader* foi projetado por Vannevar Bush em 1945, que o batizou de Memex. Segundo Johnson (2001, p. 88), “Bush propôs uma espécie de lancha veloz, um invento que era um misto de máquina de microfilmagem e computador”. Parte da visão do inventor antecipou muitos aspectos da World Wide Web. Somente em 1998 criou-se o Rocket *e-book*, o primeiro *e-reader* a ser comercializado. No final de 2010, já estavam

Para Procópio (2010), o livro na era digital é sinônimo de livro digital. Ou seja, o livro impresso viverá apenas enquanto os saudosistas resistirem à tecnologia. Ele propõe que não há uma ruptura entre o livro impresso e o *e-book*, mas sim, uma “continuidade natural”, desde o manuscrito até o livro digital. Portanto, “não é questão de previsão futurística ou apocalíptica”, mas sim, uma evolução inevitável. (PROCÓPIO, 2010, p. 59). Já Chartier (2002, p. 22) constata que a tecnologia digital provoca sim uma ruptura, alterando nossa relação com o livro e com a escrita. Em nossa cultura impressa, diferenciamos os textos e nossa relação com a escrita de acordo com o tipo de objeto que a comporta, como um livro, uma revista, uma carta ou um diário. Nossa relação com o texto depende tanto de seu conteúdo quanto de seu suporte, e é exatamente esta “ordem dos discursos que se transforma profundamente com a textualidade eletrônica”. Como destaca o autor, o computador – um único suporte – “faz surgir diante do leitor os diversos tipos de textos tradicionalmente distribuídos entre objetos diferentes”, fato que cria “uma continuidade que não mais diferencia os diversos discursos a partir de sua própria materialidade”.

Em outras palavras, as formas que permitem a leitura do texto, ou sua visão e audição, também participam da construção de seus significados, já que o texto fixado em letras não é mais o mesmo quando se altera seu dispositivo de comunicação e de escrita. Em suma, o discurso no mundo eletrônico sofre três importantes rupturas: “propõe uma nova técnica de difusão da escrita, incita uma nova relação com os textos, impõe-lhes uma nova forma de inscrição”. Distanciando-se da materialidade do códex, o livro digital obriga “o leitor contemporâneo a abandonar todas as heranças que o plasmaram”. Também coloca em xeque os créditos do saber deste discurso, visto que a credibilidade do autor e das fontes, como também a propriedade literária e o *copyright* transformam-se, de certa forma; uma vez que “o leitor pode intervir em seu próprio conteúdo e não somente nos espaços deixados em branco pela composição tipográfica”. (CHARTIER, 2002, p. 23-62).

O livro na era digital, na visão de Chartier (2002, p. 112), será a relação – nem sempre harmoniosa – entre a escrita manuscrita, o impresso e o texto eletrônico. Contudo, neste último caso, a própria noção do que é de fato um livro é colocada em questão, pois “na cultura impressa, uma percepção imediata associa um tipo de objeto, uma classe de textos e usos particulares”. A técnica digital entra em choque com a noção de livro, pois torna “quase idênticas todas as produções escritas”. Além disso, a história da leitura mostra que as revoluções técnicas são mais rápidas que as práticas. Assim, “da invenção da imprensa não decorreram

disponíveis no mercado mais de 50 equipamentos diferentes para a leitura de livros digitais. (PROCÓPIO, 2010, p. 49).

imediatamente novas maneiras de ler”. Seguindo esta lógica, a revolução eletrônica pode aprofundar ao invés de diminuir as desigualdades, criando um novo tipo de “iletrismo, definido não mais pela incapacidade de ler e escrever, mas pela impossibilidade de acender às novas formas da transmissão do escrito”.

Chartier (1999a) não vê com bons olhos a revolução eletrônica. Alega que, com esta, “as possibilidades de participação do leitor, mas também os riscos de interpolação se tornam tais que se embaça a ideia de texto, e também a ideia de autor”. A revolução eletrônica também implicaria em um cuidado redobrado com a propriedade literária, onde aspectos como plágio e imitação ligam-se a duas questões essenciais: “a dos critérios que caracterizam a obra independentemente de suas diferentes materializações e a de sua identidade específica”. (CHARTIER, 1999a, p. 67). O consumo de um livro físico e o consumo de um livro digital nunca serão o mesmo, porque a experiência de consumo modifica-se profundamente, dependendo de sua plataforma. Cada uma delas, física ou digital, produzirá seus próprios significados em conjunto com o leitor. Sobre a questão, o autor esclarece que “a obra não é jamais a mesma quando inscrita em formas distintas, ela carrega, a cada vez, um outro significado”.

Observando a diferença na experiência de leitura entre um livro digital e um livro físico, o autor nota que o livro eletrônico apresenta uma diferença cultural, para além da diferença tecnológica. Em outras palavras, “a revolução do livro eletrônico é uma revolução nas estruturas do suporte material escrito assim como nas maneiras de ler”. Deste modo, o livro digital possui uma relação distanciada com o leitor, já o livro físico, enquanto objeto, possui uma relação mais íntima e afetiva. As percepções de Chartier (1999a) remetem-me às palavras de Schwalbe (2013, p. 30):

Uma das muitas coisas que adoro nos livros impressos é sua mera natureza física. Os livros eletrônicos vivem fora dos olhos e da mente. Mas os livros impressos têm corpo, presença. É claro que às vezes fogem de nós, escondendo-se em lugares improváveis: numa caixa cheia de velhos porta-retratos, digamos, ou no cesto de roupa suja, embrulhados num pulôver. Mas, outras vezes, eles nos confortam, e literalmente esbarramos em alguns livros dos quais não tínhamos pensado havia semanas ou anos.

Darnton (2010, p. 7), em *A Questão dos livros*, também discute o lugar destes na cultura da internet. Para ele, apesar do advento de uma geração de nativos digitais que estão “sempre ligados”, os leitores não irão parar de folhear livros. Apesar dos *e-readers* – ou máquinas de leitura – estarem conquistando seu lugar, o códex, a máquina mais antiga de todas, “continua a dominar o mercado de leitura”. O livro, essa “máquina maravilhosa” de “resistência

extraordinária”, possui vantagens que são extremamente valorizadas em nossa época: é “excelente para transportar informação, cômodo para ser folheado, confortável para ser lido na cama, soberbo para armazenamento e incrivelmente resistente a danos”. Além disso, não precisa ser acessado, conectado, carregado ou upado. Seu projeto editorial é um prazer visual, segurá-lo em nossas mãos é um deleite.

Alinho-me a Darnton (2010, p. 59) quando propõe que “nenhuma tela de computador é tão satisfatória quanto uma página impressa”. Pelo menos por enquanto. Essa relação íntima também permite ao leitor fazer anotações nas margens dos livros, grifá-los, levá-lo para a cama, na mochila e acomodá-lo cuidadosamente em suas estantes. Em suma, Darnton (2010, p. 95-127) argumenta que o livro digital atuará como um suplemento, e não como um substituto do livro impresso. O papel ainda é a melhor mídia para preservar a informação, apesar de ser desacreditado por muitos e perseguido por anos pelos “carniceiros de livros”, aqueles que destruíram milhares de obras com o intuito de preservá-las.

Não é somente a experiência de leitura e a ordem dos discursos que se modifica entre um livro e um *e-book*. Na obra *A geração superficial*, Carr (2011) expõe descobertas reveladoras e um tanto quanto assustadoras. Declara que o livro está em perigo não porque será substituído por outro aparato de leitura, mas porque o ser humano está perdendo a capacidade de ler¹⁰⁴. Ele alerta que a leitura profunda estaria sendo substituída pela leitura superficial. O autor apoia-se em McLuhan e na neurociência para esboçar como a transformação da tecnologia pode alterar nosso comportamento, nosso cérebro, nossos sentimentos, nossa cultura. As mudanças que o autor elucida – ou pelo menos a sua maioria – podem ser percebidas desde já.

Carr (2011, p. 11) lembra que, para McLuhan, a televisão, os filmes, o rádio e o telefone, isto é, os meios elétricos do século XX, “estavam rompendo com a tirania do texto sobre os nossos pensamentos e sentimentos”. Aquele que era isolado por meio de uma leitura privada e silenciosa passou a integrar a “aldeia global” devido a criação das novas tecnologias. McLuhan compreendeu que cada novo meio nos modifica, pois, “as pessoas são naturalmente impactadas pela informação”. Em outras palavras, “os meios não são meramente canais de informação”. Eles “fornecem o material para o pensamento”. Neste contexto, a internet trouxe muitas dádivas, mas com um preço. Para Carr (2011, p. 19), o que a internet está fazendo é desbastar

¹⁰⁴ Outros estudos refletem sobre a relação entre o papel e as telas na compreensão de textos: *E-books or textbooks: Students prefer textbooks* (WOODY; DANIEL; BAKER, 2010), *Overcoming screen inferiority in learning and calibration* (LAUTERMAN; ACKERMAN, 2014), *Electronic versus traditional print textbooks: A comparison study on the influence of university students' learning* (SZAPKIN; COURDUFF; CARTER; BENNETT, 2012) e *Learning from Paper, Learning from Screens* (SUBRAHMANYAM, 2013).

a nossa “capacidade de concentração e contemplação”, deteriorando nossas “faculdades de leitura”. A leitura profunda, que antes era uma atividade simples, tornou-se uma batalha.

Mas por que a leitura de livros está sendo afetada pela leitura na internet? Carr (2011, p. 23) supõe que “a mente linear, calma, focada, sem distrações, está sendo expulsa por um novo tipo de mente que quer e precisa tomar e aquinhoar informação em surtos curtos, desconexos, frequentemente superpostos”. Em outras palavras, ler um livro inteiro seria uma atividade enfadonha e tola para aquele que possui uma infinidade de informação disponível na internet, com acesso muito mais rápido e fácil. Contudo, esta seria uma boa troca? Concordo com o autor ao entender que não. Para compreender as mudanças que a internet provoca em nosso cérebro, ele destaca que “nossos modos de pensar, perceber e agir [...] não são inteiramente determinados pelos nossos genes. Nem são inteiramente determinados pelas experiências da nossa infância. Nós mudamos através do mundo como vivemos e através dos instrumentos que usamos”. Alguns instrumentos, contudo, tiveram – e ainda têm – peculiar relevância em nossas mudanças.

O autor propõe que há basicamente quatro categorias de tecnologias, classificadas conforme “a forma como suplementam ou amplificam as nossas capacidades naturais”. A primeira categoria inclui o caça a jato, o arado e a agulha de costura, aparatos que “estendem nossa força física, destreza ou resiliência. A segunda inclui o amplificador, o microscópio e o contador de Gerger, caracterizando-se como aparatos que “estendem a sensibilidade dos nossos sentidos”. A terceira categoria inclui aparatos como a pílula anticoncepcional e o reservatório, permitindo-nos “remodelar a natureza para servir melhor as nossas necessidades ou desejos”. Por fim, a quarta categoria é composta pelas tecnologias intelectuais, que “incluem todas as ferramentas que usamos para estender ou dar suporte aos nossos poderes mentais”. Nesta categoria inclui-se o mapa, o relógio, a máquina de escrever, o livro, a biblioteca, o computador e a internet.

O que sabemos, através dos estudos da neuroplasticidade, é que “as ferramentas que o homem usou para apoiar ou estender seu sistema nervoso [...] modelaram a estrutura física e o funcionamento do cérebro humano”. (CARR, 2011, p. 75). Isso significa que a leitura e a escrita não são hábitos naturais. Exigem prática e ensino. Mas uma vez aprendidos, modelaram nosso cérebro. A questão chave destacada pelo autor é que a leitura de um livro modela o cérebro de um modo e a leitura na internet – em *hipertextos* e *e-book* – de outro. A leitura de um livro exige uma “atenção continuada”. Com os livros, as pessoas passaram a fazer uma leitura profunda, o que lhes permitiu, entre outras coisas, que “comparassem seus pensamentos e experiências não apenas com preceitos religiosos ou embutidos nos símbolos ou expressos pelo

clero, mas também com os pensamentos e experiências dos outros”, tal como já afirmamos anteriormente. Por outro lado,

[...] uma página de texto *online* vista através da tela de um computador pode parecer similar a uma página de texto impresso. Mas rolar ou clicar através de um documento da web envolve ações físicas e estímulos sensoriais muito diferentes daqueles envolvidos em segurar e virar as páginas de um livro ou uma revista. (CARR, 2011, p. 129).

Além da experiência de leitura ser mais prazerosa no livro para a maioria dos leitores aqui observados, quando trocamos o papel pela tela, não é só o aparato da leitura que muda, mas também o “grau de atenção que dedicamos a ele e a profundidade de imersão nele”, nota Carr (2011, p. 129) reafirmando as palavras de Chartier. Neste sentido, este autor ressalta que “um *e-book* não é um livro da mesma forma que um jornal *online* não é um jornal”. No *e-book*, quebra-se a linearidade do livro, junto com a calma atenção do leitor, pois este “pula” de *link* em *link*, de informação em informação, não conseguindo conectar-se profundamente com o sentido daquilo que está lendo. O leitor torna-se um malabarista, lidando com uma “cacofonia de estímulos”, o que acaba impedindo que a mente pense criativamente e profundamente. O que assusta Carr (2011, p. 191) é que este “ler por alto”, de *link* em *link*, “está se tornando o nosso modo de leitura dominante”. De “cultivadores de conhecimento”, estamos nos tornando “caçadores e coletores da floresta dos dados eletrônicos”. Ao que parece, a premissa “quanto mais melhor” não se aplica ao acesso à informação.

As palavras de Carr (2011) esclarecem aspectos que circundam esta pesquisa. Entretanto, dois pontos necessitam ser revistos, pois não condizem com aquilo que é percebido nos dados coletados na investigação com os *booktubers*. O primeiro ponto é a questão social relacionada ao livro. Carr (2011, p. 150) destaca: “muitos observadores acreditam que é apenas uma questão de tempo até que funções das redes sociais sejam incorporadas aos [*e-readers*], transformando a leitura em algo como um esporte de equipe”. Com isso, seria possível saber quem mais está lendo determinado livro e dialogar com esse leitor. Neste sentido, a leitura seria realizada por uma questão de “sentimento de pertencimento” mais do que por diversão ou iluminação pessoal. Conforme apontam os dados coletados na pesquisa, é o livro físico em conjunto com as redes sociais – e não os *e-readers* – que está construindo e nutrindo sociabilidades e pertencimento no grupo investigado. Hoje é possível saber quem leu, lerá ou está lendo algum livro de nosso interesse e conversar com essa pessoa, se este leitor for um

leitor em rede. Esta possibilidade não é ofertada por um *e-reader*, mas sim, por redes sociais como o Skoob¹⁰⁵ e o YouTube.

A segunda divergência me parece um tanto quanto complexa. A premissa de Carr (2011) é de que a leitura na internet está remodelando o nosso cérebro o que, por consequência, faria com que não conseguíssemos ler obras complexas. O autor declara que Friedman não consegue mais ler *Guerra e Paz* (Liev Tolstói); Scott Karp parou de ler livros, e que Shirky acredita que ninguém mais lê *Guerra e Paz* ou *Em busca do Tempo Perdido* (Proust). Isso porque são obras longas demais e desinteressantes, o que tornaria a leitura desses clássicos hábitos desgastados, declara Shirky (apud CARR, 2011, p. 158). Apesar de Carr (2011, p. 158) considerar as declarações de Shirky “teatrais demais para serem levadas a sério”, argumenta que quem utiliza a internet hoje não lê obras como estas. Mais uma vez os dados desta pesquisa me permitem discordar dessas afirmações.

No YouTube, Gabriela Francine¹⁰⁶ e Tatiana Feltrin¹⁰⁷ realizaram um diário de leitura sobre *Guerra e Paz*, sendo que esta última também desenvolveu este projeto para a leitura da obra de Proust e de Érico Veríssimo. A obra de Tolstói também foi resenhada por Gisele Eberspächer¹⁰⁸, Adriana Zampolli¹⁰⁹, Lucas do canal Diário de leituras¹¹⁰, Nanni Rios¹¹¹, Pedro Lacerda¹¹², Fábio Baptista¹¹³ e pelo canal Pensamento Crítico¹¹⁴. No Skoob, a obra possui cerca de 11.500 leitores e 23 resenhas¹¹⁵. No *Encontrinho do Skoob*, *Guerra e Paz* também já esteve presente.

Os *Miseráveis*, outro clássico, também foi escolhido para projetos de leitura de *booktubers* como Mell Ferraz¹¹⁶, Vitor Martins e Mayra¹¹⁷. Estes dois últimos desenvolveram o projeto juntos. Criaram um grupo no Facebook¹¹⁸ para possibilitar discussões e organizações, bem como a *hashtag* #OsMiseráveis2016. Ana (canal Pausa para um café), por sua vez, está

¹⁰⁵ Uma curiosidade: foi graças a um contato no Skoob que o livro *A Geração Superficial* pode ser inserido na tese, pois a obra está esgotada nas livrarias e supervalorizadas nos sebos. O contato se prontificou a escanear a obra e a enviou para o meu e-mail.

¹⁰⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6jmBxkCPZE8>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

¹⁰⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Ugj5nrEjVP8>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

¹⁰⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=trCOE8eSIY4>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

¹⁰⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yjfq54ZgmYk>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

¹¹⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=D-OLT5wTpqw>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

¹¹¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KIB8i0Td90>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

¹¹² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8fltvI9Wnb8>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

¹¹³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=D0BYwt7wwbE>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

¹¹⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IDlInREw_-k>. Acesso em: 20 mar. 2016.

¹¹⁵ Disponível em: <<http://www.skoob.com.br/guerra-e-paz-7355ed123735.html>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

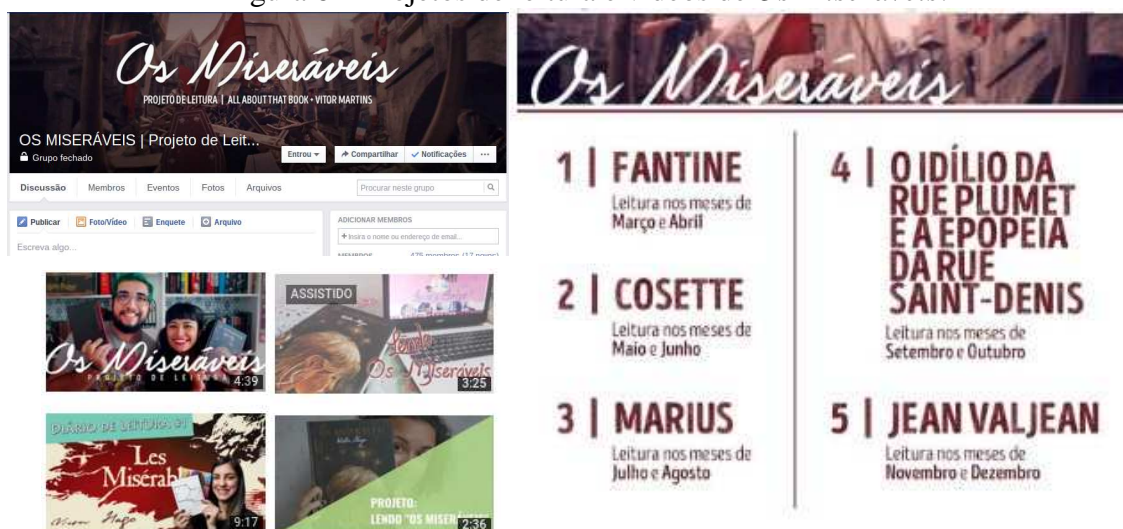
¹¹⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=MAPZoHJmC6s>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

¹¹⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4Jba71PM10o>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

¹¹⁸ Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/1561228910870160/>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

desenvolvendo o projeto #LendoDante¹¹⁹, no qual lê obras do autor, incluindo a leitura e reflexão de *A Divina Comédia*. Projetos de leitura como este demonstram que a geração que está nas redes sociais também está lendo cânones da literatura. Cabe ressaltar que os *booktubers* leram tais obras em versão física. Não estou afirmando que é impossível ler obras como estas em um *e-reader*. Mas torna-se evidente que a experiência de leitura é diferente. O papel acarreta outra relação com o leitor, principalmente com obras extensas. Por mais que tenhamos diversos computadores, ainda produzimos, consumimos e muitas vezes preferimos livros impressos.

Figura 6 – Projetos de leitura e vídeos de *Os Miseráveis*.



Fonte: Reprodução Facebook e YouTube.

Bill Gates (apud DARNTON, 2010, p. 87) declarou, em uma palestra, que prefere um livro físico a um digital, quando realiza leituras extensas: “Ler na tela ainda é uma experiência vastamente inferior à leitura em papel. Mesmo eu, que tenho telas caríssimas e gosto de me considerar um pioneiro do estilo de vida web, prefiro imprimir qualquer coisa que ultrapasse quatro ou cinco páginas”. Eco (2010, p. 101), sobre este aspecto, reflete que “nós utilizamos o computador, mas imprimimos como loucos”, pois imprime umas 50 vezes um texto de 10 páginas. Conclui-se, então, que “contrariando todas as expectativas, o computador não suprime as etapas intermediárias, multiplica-as”. Eco (2010, p. 16) também fala sobre a experiência desagradável que a leitura extensa no computador resulta: “Passe duas horas lendo um romance em seu computador, e seus olhos viram bolas de tênis”. Deste modo, pensa “nos computadores difundindo uma nova forma de literatura, mas sendo incapazes de satisfazer as necessidades intelectuais que estimulam”.

¹¹⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/SKEGMvypqD4>>. Acesso em: 02 dez. 2016.

Obviamente, não estou aqui negando as qualidades e vantagens do livro digital. Como diria Chartier (1999b, p. 91-92), estes “textos não são mais prisioneiros da sua materialidade original”, pois quando separados do objeto livro, “podem ser transmitidos sem que o lugar de sua conservação e o de sua leitura seja necessariamente idêntico”. Contudo, ao alterar a plataforma, nenhum texto é o mesmo porque cada dispositivo de leitura gera um tipo de compreensão e recepção. Por consequência, o fim do livro enquanto plataforma também geraria o fim de um modo de ler, ou seja, “a perda de gestos e de representações indissolúveis ligadas ao livro tal como o conhecemos”. Também seria a perda de “uma das mais poderosas metáforas utilizadas para pensar o Cosmo, a natureza ou o corpo humano”.

Todavia, é concludente que estes aspectos de consumo sensorial do livro não significam que o índice de leitura em nosso país é satisfatório. Sei que o amor pelos é cultivado na medida em que se pratica. Pode ser descoberto ou redescoberto em diversos momentos da vida. A leitura para o leitor é uma necessidade, algo vital; já o não-leitor não sente a falta que os livros fazem na sua vida. (HORELLOU-LAFARGE; SEGRÉ, 2010). Sei também que ninguém é obrigado a “gostar de ler”; cada um é livre para encontrar aquilo que mais lhe agrada em matéria de lazer, sejam trabalhos manuais, esportes, viagens, ou até mesmo jogos de pôquer. No entanto, cada não-leitor deveria ter, ao menos uma vez, a experiência da leitura, da apropriação da cultura escrita seja ela qual for. (PETIT, 2009).

A partir da compreensão acerca do percurso histórico do livro, do entendimento sobre o leitor, a leitura e sua relação com a cultura da internet, o capítulo a seguir objetiva elucidar o consumo, a partir de contribuições da antropologia do consumo, sobre a cultura material e a performance de gosto, elementos constitutivos da representação do “eu” dos *booktubers*. Finalizando o capítulo, apresento aspectos do contexto em que o consumo do livro está inserido e que também o constituem, pensando o livro enquanto mercadoria e em sua relação com o mercado editorial.

4 CONSUMIR

A palavra consumo deriva do latim, *consumere*, que significa “usar tudo, esgotar, destruir”. O termo inglês *consummation*, por sua vez, significa “somar e adicionar”. Barbosa e Campbell (2006, p. 22-36) constataam que no Brasil a utilização do termo aproxima-se essencialmente da primeira definição, adquirindo um sentido negativo. Tradicionalmente, o consumo era visto como alienação, um caminho para a individualidade, para a perda da autenticidade e como desagregador da identidade, ao passo que o trabalho era entendido como fonte de criatividade. Havia um tipo de repúdio intelectual e moral ao consumo e ao material. Acreditava-se que as relações sociais podiam existir separadamente das relações materiais. Ledo engano, como esclarece Miller (2013a), cujas problematizações exploro no decorrer deste capítulo.

Esta aversão ao material intensificou-se com o surgimento do consumo de massa moderno, onde consumir é visto como destruição da própria cultura material. Todavia, a crítica ao consumo antecede a contemporaneidade, estando presente nos escritos do marxismo ocidental, no qual o consumo é entendido como o ponto final do sistema capitalista, percepção que ainda se faz presente nos estudos de sociólogos influentes como Zygmunt Bauman (2008) e Jean Baudrillard (2011), teóricos da pós-modernidade que percebem o consumo através de seus atributos negativos, como superficialidade, materialismo e “perda da autenticidade das relações sociais”. Este ponto de vista encara o “signo como mercadoria”, focando-se na crítica social. Para Barbosa (2004, p. 10-11), esta perspectiva entende que vivemos em uma sociedade do consumo.

Contudo, no final da década de 70 e no final da década de 80 ocorreu uma mudança significativa, na qual o estudo do consumo na sociedade contemporânea despertou o interesse dos cientistas sociais, pois estes perceberam que “o consumo é central no processo de reprodução social de qualquer sociedade, ou seja: todo e qualquer ato de consumo é essencialmente cultural”. A partir de um olhar empírico, principalmente destacado pela antropologia, o consumo pode ser entendido como “toda e qualquer sociedade faz uso do universo material a sua volta para se reproduzir física e socialmente”. Os mesmos objetos que suprem nossas necessidades biológicas e físicas, também suprem nossas necessidades sociais. O consumo atribui *status*, descobre, constrói e estabelece identidades e subjetividades, constituiu grupos de pertencimento, e media nossa relação com a sociedade e com o outro. (BARBOSA, CAMPBELL, 2006, p. 22).

Esta é a segunda perspectiva – a da cultura do consumo – seguida por autores como Miller (2001, 2007, 2013a, 2013b), McCracken (2003), Campbell (2006, 2011) e Douglas (2013), que “investigam como o consumo se conecta com outras esferas da experiência humana e em que medida ele funciona como uma ‘janela’ para o entendimento de múltiplos processos sociais e culturais”. (BARBOSA, CAMPBELL, 2006, p. 22). Assim, entendo que o consumo possui diversas nuances. Consome-se quando se compra um livro, quando se lê uma obra, quando se assiste a um filme ou a um vídeo no YouTube. O ato de consumo, deste modo, vai além do sistema de mercado estabelecido pelas práticas de compra e venda – felizmente, diria Mauss (2012, p. 111). Esta segunda perspectiva é a que abraço, uma vez que meu interesse está em compreender como o consumo se constitui enquanto processo social e cultural, formando comunidades estabelecidas através de relações compostas por afetos, conflitos, conversas e negociações.

4.1 Consumo e Cultura

Na perspectiva de McCracken (2003, p. 11), consumo e cultura possuem “uma relação sem precedentes no mundo moderno. Nenhuma outra época ou lugar presenciou a entrada desses elementos em uma relação de mutualidade de tamanha intensidade”. A partir de tal relação, o consumo deixou de ser restrito a apenas uma parcela da realidade do indivíduo, passando a ser definido como “um conjunto de fenômenos diversos, sistemáticos, abrangentes e plenamente culturais”. O consumo perpassa diversas instâncias da vida social, e a cultura é uma delas. A partir disso, entendo a relação entre o consumo e a cultura tendo como base os preceitos da antropologia do consumo, preceitos estes que ofertam uma forma indutiva de compreender não só o que as pessoas consomem, mas por que consomem e como percebem o universo material do qual dispõem. Dentro deste campo, reflito sobre a cultura material para que possa perceber não somente por que os leitores leem e compram livros, mas o que fazem com os livros depois de adquiridos, além de observar quais as possibilidades ofertadas pelo YouTube para que este uso do material permeie também o ambiente digital.

4.1.1 Antropologia do Consumo

Segundo DaMatta (1984, p. 11-12), a antropologia pode ser entendida como “uma verdadeira ‘leitura’ do mundo social: como um conjunto de normas que visam aprofundar o conhecimento do homem pelo homem; e nunca como certezas ou axiomas indiscutíveis e

definitivamente assentados”. Ou como diria Geertz (1998), é “entender o entendimento do outro”. A antropologia do consumo¹²⁰, por sua vez, foca-se na compreensão do modo como cada objeto é escolhido e utilizado, proporcionando experiências, possibilitando a ampliação no campo de percepção acerca da vida social. Em qualquer sociedade, as trocas realizadas dentro de um “sistema de circulação de objetos” transmitem mensagens essenciais para a participação dos indivíduos em seu contexto social, ao mesmo tempo em que estabelece e fortalece relações sociais. (LIMA, 2010, p. 9-22).

Miguel (2007, p. 2-3)¹²¹ nota que a antropologia do consumo permite entender diversas variantes da vida social e cultural para além das compras¹²², ao olhar para o consumidor de maneira mais indutiva, com o objetivo de compreender os sentidos que este atribui ao consumo, sua lógica de raciocínio, a estrutura das decisões que compõem o seu dia a dia, como seus recursos são alocados e o que se torna relevante neste momento. Neste sentido, o consumidor é percebido “como um ser dotado de consciência e razão, que toma decisões racionais, mas não no sentido utilitarista do termo”.

Suas escolhas são reveladoras e esclarecedoras, uma vez que a questão da renda como caráter classificador e ordenador de sentido torna-se cada vez mais relativa. Assim, lembra Barros (2007, p. 43-44), a perspectiva da antropologia do consumo torna-se uma alternativa tanto a uma linha de análises marxistas¹²³, que entende o consumo como um “mero reflexo da produção”, quanto às abordagens positivistas relacionadas ao comportamento do consumidor. De uma visão utilitária, o consumo passa a ser percebido por meio de seu significado cultural.

¹²⁰ A antropologia começou a interessar-se pelo estudo do consumo por volta da década de 20, quando os pesquisadores entenderam que os objetos e suas práticas atuavam na criação e na manutenção de vínculos sociais. (LIMA, 2010, p. 9). Em suas análises clássicas, antropólogos como Mauss e Malinowski compreenderam a importância e a construção de valores de determinados bens materiais em uma sociedade, clã ou classe. (OLIVEN; PINHEIRO-MACHADO, 2007, p. 7). Contudo, há um hiato entre as reflexões destes, bem como as de Max, Hegel e Simmel, e o surgimento de um novo conjunto de análises que volta a colocar o consumo no centro das discussões sociológicas e antropológicas. Para Duarte (2010, p. 370), antes dos anos 70, apenas a obra *A teoria da classe ociosa*, de Veblen, pode ser considerada uma “referência incontornável”; contudo, o autor aborda o consumo conspícuo, no qual a aquisição de bens tem o objetivo de distinção e exibição por parte de um consumidor irracional. Sob a influência do aumento dos estudos da semiótica aplicada aos bens (Barthes) e do estruturalismo (Lévi-Strauss), em 1979 o estudo do consumo é revolucionado com a publicação de duas obras: *O mundo dos bens*, de Douglas e Isherwood (2013) e *A Distinção*, de Bourdieu (2013). A partir disso, consolida-se no campo da antropologia com três publicações na década de 80: *A vida social das coisas*, de Appadurai (1986), *Cultura e Consumo*, de McCracken (1988) e *Material culture and mass consumption*, de Miller (1987). (MILLER, 2013b, p. 346).

¹²¹ A leitura da obra *Antropologia do consumo: casos brasileiros* (2007) foi realizada em e-book utilizando um *Kindle*, deste modo, a paginação da obra não condiz com sua versão impressa.

¹²² Permite-nos compreender a sociabilidade contemporânea, o trabalho – suas motivações e significados –, a percepção de ameaças à família, a cidade e seu caos, a busca pela inserção social, prestígio, reconhecimento, a construção do sujeito politizado e até mesmo da cidadania.

¹²³ Vale ressaltar o esclarecimento de Miller (2013b, p. 342) de que estas análises marxistas são de origem Ocidental, não se alinhando com o marxismo Oriental, pois a União Soviética afirmou que iria superar o capitalismo, trazendo riqueza para o seu povo.

A partir disso, dedico um olhar mais atento às análises e reflexões de Barbosa (2006), Campbell (2006, 2011), Douglas (2013), Appadurai (2008), McCracken (2003), Featherstone (1995) e Mauss (2012); alicerçada nesta base teórica reflito a relação entre a cultura e o consumo nos estudos antropológicos. A cultura material, por sua vez, é compreendida essencialmente por meio das proposições de Miller (2001, 2007, 2013a, 2013b), complementadas por Löfgren (2012), Gosden (2013) e Woodward (2007).

Barbosa e Campbell (2006, p. 14-21) interpretam o consumo como “um processo social profundamente elusivo e ambíguo”, em que a crise de identidade¹²⁴, ao invés de ser agravada, pode ser solucionada através deste. A ambiguidade se dá porque o consumo é percebido de diversas formas: manipulação, experiência, compra, esgotamento, realização ou até mesmo exaustão. Nesta pesquisa, observo o consumo enquanto compra, mas, essencialmente, enquanto experiência e acesso.

Os autores afirmam que, por meio do consumo é possível se descobrir e constituir subjetividade e identidade. Quando se opta por alguma dieta alimentar, quando se customiza roupas e acessórios ou quando se lê determinados gêneros literários, estamos “tanto ‘consumindo’, no sentido de uma experiência, quanto ‘construindo’ ou ‘resistindo’ ao avanço do consumismo em nossas vidas”. Por isso, seu estudo “tornou-se um campo de investigação complexo, que engloba várias atividades, atores e um conjunto de bens e serviços que não se restringem necessariamente aos providos sob a forma de mercadorias”. (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 23-25). Deste modo, após o desenvolvimento das teorias e das reflexões sobre o consumo, passou-se a perceber este como

um **processo social** que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços; um **mecanismo social** percebido pelas ciências sociais como produtor de sentido e de identidade, **independentemente da aquisição de um bem**; uma **estratégia utilizada no cotidiano** pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direito, **estilos de vida e identidades**, e uma **categoria central** na definição da sociedade contemporânea. (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 26, grifo nosso).

Tal definição afirma que podemos consumir sem, necessariamente, adquirir um bem. Hoje é entendido que também se consome um carro quando este está sendo alugado ou um livro quando se toma de empréstimo da biblioteca. Essa percepção também esclarece o consumo no âmbito digital, no qual é possível consumir vídeos no YouTube e demais conteúdos em outras

¹²⁴ Sobre a crise de identidade, Hall (2006, p. 7) constata que “as velhas identidades estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado”. Assim, as identidades modernas estão, cada vez mais, descentrando-se e fragmentando-se, transformando-se em identidades pós-modernas.

redes sociais, sem pagar diretamente por isso. (MONTARDO; SILVA, 2015, p. 25). Vale ressaltar que esta constatação se diferencia da ideia inicial de consumo composto por necessidades supérfluas e necessidades básicas, ideia esta proposta e popularizada por Maslow através de sua “pirâmide de necessidades”¹²⁵ que, até os dias de hoje, ainda é utilizada como parâmetro teórico em determinados cursos acadêmicos.

Pelo prisma cultural, Barbosa e Campbell (2006, p. 37) argumentam que “necessidades básicas são aquelas consideradas legítimas e cujo consumo não nos suscita culpa, pois podem ser justificadas moralmente”. As necessidades supérfluas, por sua vez, “são dispensáveis e estão associadas ao excesso e ao desejo. Por conseguinte, consumi-las é ilegítimo e requerem retóricas e justificativas que as enobrecem e que diminuem a nossa culpa”¹²⁶. Todavia, a questão que merece foco não é a separação entre coisas necessárias ou supérfluas, mas sim, os processos sociais e as relações entre bens e sujeitos, ou entre sujeitos e sujeitos por meio dos bens. Deste modo, percebo o consumo como um mundo de significação: o mundo dos bens.

No final da década de 1970, a antropóloga Douglas e o economista Isherwood publicaram o clássico *O mundo dos bens* (2013), dando visibilidade ao consumo enquanto prática cultural. A obra tornou-se um divisor de águas nos estudos da área, propondo uma nova perspectiva: a antropologia do consumo. Pensar o consumo pelo viés antropológico é percebê-lo como um definidor de mapas culturais ao estabelecer relações sociais, construir identidades e estruturar valores socialmente compartilhados. Isto se dá porque o consumo é percebido em “todo o espaço de significação em que os objetos são usados depois de comprados”. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 41). O pesquisador não se interessa apenas em apreender por que tal objeto foi adquirido, mas também o que se fez dele depois de deixar a prateleira.

A partir das percepções de Douglas e Isherwood (2013, p. 20-41), esclarece-se que o consumo, bem como o trabalho, é uma necessidade social, atuando como mediador de relações sociais. Deste modo, a teoria do consumo também é a teoria da vida social e da cultura. Os padrões de consumo são determinados socialmente, suas decisões são “fonte vital da cultura do momento”. É no consumo que a cultura, acompanhando as mudanças da sociedade, encontra a

¹²⁵ Em 1954, Maslow propôs a “pirâmide das necessidades” ao argumentar que as necessidades básicas de todo o ser humano se encaixavam em cinco planos: satisfação das necessidades fisiológicas, de segurança, de afeto, de relacionamento e de auto realização. A teoria foi algumas vezes mal interpretada, ao se acreditar que as necessidades eram satisfeitas no decorrer da elevação da pirâmide. Contudo, conforme esclarece Giglio (2004, p. 62), as etapas são independentes umas das outras. Para além disso, a crítica ao pensamento de Maslow se dá ao tentar hierarquizar categorias, atribuindo a mesma relevância de cada uma delas para pessoas diferentes.

¹²⁶ Esta distinção mostra-nos a demonização do supérfluo pelas “raízes puritanas da sociedade”. (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 36-40). Constatação que explicaria por que nos sentimos culpados quando compramos sapatos e bolsas, mas tal sentimento não nos atormenta quando compramos livros, filmes ou CD’s, pois estaríamos investindo em nosso conhecimento e bagagem cultural.

arena em que é “objeto de lutas que lhe conferem forma”, tornando-se visível. Neste cenário, os bens atuam como marcadores nos rituais de consumo da sociedade, pois as posses são dotadas de significados sociais. Tais rituais apresentam um “mapa da integração social”. O consumidor precisa de bens para seus “rituais de marcação”. Ou seja, “precisa estar presente aos rituais de consumo dos outros para poder pôr em circulação seus próprios juízos sobre a adequação das coisas utilizadas para celebrar as diversas ocasiões”. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 129).

Atuando social e culturalmente, a função central do consumo, enquanto processo ritual, é “dar sentido ao fluxo incompleto dos acontecimentos”. Os bens são necessários para que o consumidor se comunique e entenda o que acontece no mundo à sua volta. Através do consumo, ele transmite significações de si, de sua identidade, de sua localidade, de seu círculo social. Assim, o consumo precisa ser percebido como um meio, onde os bens são necessários para que trocas e relações significativas entre consumidores aconteçam. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 110). Contudo, como penso os livros enquanto bens nesta pesquisa, uma constatação torna-se divergente ao que aponta o objeto. Para os autores, os bens são neutros, mas seus usos são sociais. Podem construir pontes ou cercas, incluir ou excluir, mas somente através das relações que estabelecem. Em outras palavras, defendem que “um objeto físico não tem significado em si mesmo”, pois seu “significado está na relação entre todos os bens”. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 113).

Entretanto, “o livro não pode ser neutro, uma vez que é ‘literatura’, e se dirige a ele, ao leitor, pela leitura, um apelo, uma demanda insistente”, argumenta Zumthor (2014, p. 67). Pereira e Beleza (2014), na pesquisa *A vida social do livro*, apresentam a não neutralidade deste bem baseando-se, essencialmente, na perspectiva de Appadurai (2008, p. 15). Este afirma que as mercadorias, assim como as pessoas, possuem uma vida social. Quando acontece uma troca econômica, cria-se valor, mas este concretiza-se tanto nas funções e formas dessa troca quanto na mercadoria trocada, entendida pelo autor como “qualquer coisa destinada à troca”. Appadurai (2008, p. 25) atenua o contraste entre as noções de mercadoria (Marx) e dádiva (Mauss), ao constatar ser simplista e exagerada a crença de que mercadorias “representam o movimento de bens uns pelos outros” mediado apenas pelo dinheiro e não pela sociabilidade, enquanto os presentes “vinculam coisas a pessoas e inserem o fluxo de relações sociais”. Nota que a antropologia, até então, era demasiadamente dualista, necessitando de reflexões em que se pondere os dois lados da moeda.

A proposta de Appadurai (2008, p. 30) é que a “situação mercantil” de qualquer coisa “constitui seu traço social relevante”. Essa situação pode variar de acordo com as “arenas

sociais”, com as “unidades culturais” e com a temporalidade. A questão central do autor é que uma mercadoria não é uma coisa ou outra, mas sim, “uma fase na vida de algumas coisas”. Ou seja, o conceito de mercadoria não está atrelado ao objeto, mas a um determinado período da sua vida social, compostas por rotas e desvios que devem ser observadas quando se busca compreender sua “construção cultural”. Os desvios revelam suas novas demandas e desejos irregulares. O fluxo constante entre estas rotas e seus desvios expõe que o consumo não é algo passivo, atômico e privado, mas ativo, relacional e social. Logo, para Appadurai (2008, p. 48), é preciso observar o consumo como um “ponto de convergência”, onde não apenas envia-se mensagens, mas também se recebe.

Neste sentido, Pereira e Beleza (2014) notam que, independentemente de sua finalidade, o livro carrega em sua imagem um apelo literário e cultural. É dotado de significados culturais, sendo que tais significados integram seu corpo físico simbolicamente, contemplando uma imagem social. Tal percepção alinha-se às de Manguel (1997), pois nota que a simples posse de livros implica uma posição social e uma certa riqueza intelectual. Compreendendo a força simbólica do livro, as autoras (2014, p. 13) o observam em três esferas: na decoração, no discurso midiático e na literatura. Expõe, nestes âmbitos, que o livro é revestido de “símbolos relacionais da força do intelecto”, cresce na “escala de valores sociais”, transformando-se em “um modelo de identificação na contemporaneidade”. Em outras palavras, o objeto livro – através de sua materialidade – não é um objeto neutro, pois não depende, necessariamente, de relações sociais para construir significados. A simples presença física de um livro contempla uma imagem socialmente compartilhada.

Concordo com a pesquisadora ao averiguar que o livro, em minhas análises no YouTube, possui significados em si próprio. Ele estabelece sim relações sociais, mas não depende de tais para significar. A presença dos livros nos vídeos leva-me também às palavras de Chartier (1999a, p. 84), ao compreender que tal presença em fotografias oficiais, “indicava autoridade, uma autoridade que decorria, até na esfera política, do saber que ele, [o livro] carregava”. Para o autor, quando alguém se vale da presença do livro, a representação deste remete-nos ao poder que “funda-se sobre uma referência ao saber” e, assim, este alguém “se mostra ‘esclarecido”’.

Campbell (2011, p. 26) também argumenta que o consumo é um processo social e cultural. É por meio de um enquadramento hedonista através da ética romântica que alcançamos um entendimento mais plausível sobre o desenvolvimento do consumo moderno¹²⁷, constata.

¹²⁷ Campbell (2011, p. 56) parte da constatação de Veblen, que defendia o entendimento do consumo através da “orgia da aquisição”, onde os ricos, os condutores da nova era do consumo, disputavam status social por meio de seus bens. Avança talhando profundas e singelas diferenças entre o consumidor tradicional e o consumidor

Nesta ética, o romantismo nada mais é do que um “estado mental”, um “modo de sentir” no qual a imaginação e a sensibilidade prevalecem sobre a razão. A partir disso, nota que o consumo é um fenômeno moderno que liga o fator econômico ao fator romântico. Suplantando as “forças do tradicionalismo”, o romantismo impulsiona e renova a “dinâmica do consumismo”. É nesta dinâmica renovada que o autor entende o consumo moderno enquanto consumo hedonista, onde o indivíduo é um artista do sonho e da imaginação. (CAMPBELL, 2011, p. 115-288).

O consumidor hedonista encontra satisfação no prazer, ou seja, “na qualidade de uma experiência”. Seu maior desejo é estimular experiências prazerosas, onde a contemplação está na experiência em si, o que difere de almejar satisfação, já que esta necessita de objetos reais pois, conforme Campbell (2011, p. 91), “enquanto só a realidade pode proporcionar satisfação, tanto ilusões quanto enganos podem dar prazer”. O autor explica que o consumidor hedonista também se difere entre o tradicional e o moderno. O consumidor hedonista tradicional busca “prazeres” e não “o prazer”. Busca recriar, mesmo que artificialmente, “o ciclo em que se experimentavam satisfações e carências”. (CAMPBELL, 2011, p. 102). O consumidor hedonista moderno, por sua vez, é autônomo e imaginativo. Emprega “seus poderes imaginativos e criativos para construir imagens mentais” e, assim, consumir o prazer que estas proporcionam.

O consumidor hedonista moderno devaneia. Ele consome experiência “como se fosse real”. Através do devaneio, antecipa imaginativamente o futuro, criando imagens mentais com o intuito de potencializar o prazer. E assim, o próprio querer torna-se uma “atividade agradável”. O devaneio difere da fantasia, pois se relaciona com a realidade e com o anseio; este, por sua vez, difere-se do desejo. Em outras palavras, o desejo necessita de um objeto real, já o anseio é uma procura imaginativa, difusa, onde o consumidor pode ansiar por algo que nem

moderno, percebendo as modificações nas atitudes moral e mental de tal consumidor. Uma das diferenças fundamentais é que o primeiro se identifica com a autoridade e a razão, enquanto o segundo está ligado ao sentimento e à intuição. Pode-se dizer que a revolução do consumo também foi uma revolução cultural, já que mudanças nos hábitos de lazer e entretenimento cultural fizeram parte desta transformação. Constituinte um novo mercado dominante, as classes médias cada vez mais ansiavam por entretenimento e consumo cultural. Esta nova classe média começou a modificar os gostos da sociedade, expandindo atitudes e valores que se diferenciavam daqueles que caracterizavam a elite inglesa. Passou a almejar produtos de luxo – como o livro já foi considerado –, alterando valores e atitudes dos consumidores. Foi a ética do consumidor burguês que levou adiante a revolução do consumo. Este consumidor começou a deixar de seguir cegamente os hábitos de consumo da elite e passou a cultivar os seus. Nesta revolução do consumo, também surge uma nova figura, o público leitor, através do desenvolvimento do romance moderno. É nesta fase que ocorre uma grande expansão do mercado de livros, com a introdução de técnicas inovadoras na distribuição e confecção, projetadas com o intuito de diminuir seu alto custo. Neste viés, Campbell (2011, p. 45) relata que “a expansão geral das atividades das horas vagas, inclusive a leitura de romances, juntamente com a ascensão da moda e do amor romântico”, resulta de fenômenos culturais que se relacionam com a chamada revolução do consumo, surgindo primeiro na Inglaterra do século XVIII.

ao menos sabe o que é. Este consumidor está sempre a ansiar algo, a desejar alguma coisa, sendo que a consumação de tal “pode ser desencantadora”. Por este motivo, seus devaneios são sempre lançados para frente, “desprendendo-se de seu objeto de desejo tão logo o alcança ou experimenta”. (CAMPBELL, 2011, p. 130).

A atividade essencial do consumo não é o ciclo de seleção, compra e uso dos bens, mas sim, “a procura do prazer imaginativo a que a imagem do produto se presta”, destaca Campbell (2011, p. 130-131). O consumo hedonista é uma eterna interação dinâmica entre a realidade e a ilusão. Devanear e relacionar a realidade com a ilusão está profundamente imbricado no modo como selecionamos, compramos, usamos e dispomos nossos bens. Basta analisar com atenção os anúncios publicitários, por exemplo. Estes, tipicamente dirigem-se menos às necessidades e mais aos sonhos, tentando associar seus produtos às ilusões e desejos: não se sacia a sede, abre-se a felicidade. Neste viés também se encontram as vitrines, que cada vez mais promovem o uso dos objetos observados pelo prisma da imaginação.

O devaneio também se relaciona com os gostos dos consumidores, pois alguns podem sentir prazer ao devanear com um armário cheio de sapatos, outros podem devanear com uma estante cheia de livros e outros, ainda, podem devanear em possuir ambos. Portanto, este consumidor moderno anseia “experimentar na realidade os prazeres criados e desfrutados na imaginação”, buscando sempre o consumo da novidade. (CAMPBELL, 2011, p. 133-288). Contudo, ressalta Lima (2010, p. 35), as pesquisas de Campbell não se detiveram em como se modificam e se desenvolvem estes gostos e desejos.

Como Campbell (2011), McCracken (2003, p. 40) entende que a revolução do consumo é uma revolução cultural. Entretanto, alega que tal revolução aconteceu quando o consumo deixou de ser regido pelo sistema de pátina e passou a ser regido pelo sistema da moda, no qual um amplo número de indivíduos começou a poder consumir, ofuscando assim as classificações de status que regiam os consumidores até então. O sistema de pátina, exemplificando, são os bens que foram passados de geração em geração. Assim como a pátina é feita com a sobreposição de várias camadas de tinta sobre a madeira, o sistema de pátina sobrepõe camadas simbólicas sobre os objetos onde estes, “conforme entram em contato com outros elementos e com outros objetos do mundo”, adquirem uma nova superfície sob a original. Em outras palavras, a pátina “consiste nos pequenos signos de idade que se acumulam na superfície dos objetos”.

A estante de mármore que pertenceu à bisavó ou o conjunto de chá de porcelana que foi da tataravó são bens dotados de propriedades simbólicas e físicas, marcados pela antiguidade, valores da família nobre. Os indivíduos de tais famílias utilizavam estes bens como mensagens

de status, distinguindo-se dos indivíduos de classe baixa que não eram agraciados com este tipo de herança. A pátina autenticava o status e combatia sua falsificação. Entretanto, este sistema, enquanto distinção, tornou-se defasado devido à explosão do consumo ocorrido no século XVIII¹²⁸. Neste período, o consumo se instalou e se tornou mais frequente, ampliou seus lugares, suas influências, os grupos que o desempenhavam, buscando “novos bens e em função de novos propósitos sociais e culturais”.

No século XIX o consumo teve nas lojas de departamentos seus “agentes de difusão, funcionando como vastas salas de aula nas quais os cidadãos [...] podiam aprender as artes e as habilidades de seu novo e vital papel como consumidores”. (MCCRACKEN, 2003, p. 40). Estava instalada, de fato, a revolução do consumo. Nesta, os bens deixaram de carregar mensagens por meio de sua pátina e começaram a carregá-las por meio de seu “aspecto novo”. Os indivíduos passaram a demonstrar status adquirindo objetos modernos e da moda em vez de objetos antigos. Com o esfacelamento do sistema de pátina e com os bens da moda à disposição de qualquer consumidor dotado de recursos financeiros, “não havia mais um modo de discernir através da cultura material a diferença entre os de posição elevada e os ricos de baixa posição”. (MCCRACKEN, 2003, p. 63).

Pertencer a uma família nobre tornou-se menos necessário do que ter poder de consumo e “bom gosto”. Neste viés, Miller (2009, p. 7) relata que, quando as pessoas falam sobre seus hábitos de consumo, muitas vezes o fazem de modo defensivo, elaborando cuidadosamente uma narrativa, como se estivessem seguindo um *script*. Mas, quando se observa os bens que compõem a casas dessas pessoas – compostas por sistemas de pátina e objetos da moda –, os pesquisadores possuem uma outra narrativa, uma vez que estes bens não são partes de uma coleção aleatória, mas uma expressão – talvez mais autêntica – de seus donos. Assim, é preciso aprender a ler as pessoas por meio de suas posses.

Enquanto Campbell (2011) e McCracken (2003) observam o consumo na modernidade, Featherstone (1995, p. 121) o investiga no contexto da pós-modernidade¹²⁹, objetivando

¹²⁸ Segundo McCracken (2003, p. 36), [...] o mundo dos bens se expandiu dramaticamente para incluir novas oportunidades para a compra de móveis, cerâmicas, prata, espelhos, cutelaria, jardins, animais de estimação e tecidos. Novos desenvolvimentos também estavam presentes na frequência com que os bens eram comprados, nas influências a que os consumidores estavam sujeitos, no número de pessoas participando como consumidores ativos, e, também nos gostos, preferências, projetos sociais e coordenadas culturais de acordo com os quais o consumo acontecia.

¹²⁹ Featherstone (1995, p. 91-200) constata que “focalizar o pós-moderno como meio de orientação significa enfatizar seu lugar no interior dos processos que formam e deformam a esfera cultural, dando origem a tipos distintos de vida artística e intelectual”. A modernidade teve seu início no Renascimento, definida em oposição à Antiguidade, promovendo um debate entre modernos e antigos. Já a pós-modernidade “tornou-se o termo usado nos círculos artísticos e intelectuais, nas décadas de 60 e 70, para designar a distância dos artistas e críticos mais

elucidar questões relativas à transmissão, produção e disseminação da cultura e do conhecimento. Nesta época pós-moderna, o autor percebe que as hierarquias entre a arte e a vida cotidiana, bem como a alta e baixa cultura tornam-se defasadas. Featherstone (1995, p. 31) apresenta três perspectivas essenciais para a compreensão da cultura de consumo: 1. *A produção do consumo*, 2. *Modos de consumo* e 3. *Consumindo sonhos, imagens e prazeres*. Assim, destaca que utilizar a expressão cultura de consumo é enfatizar que os princípios de estruturação e o mundo das mercadorias são centrais na apreensão da sociedade contemporânea.

A produção do consumo é pensada por meio da teoria crítica da Indústria Cultural desenvolvida na Escola de Frankfurt. Featherstone (1995, p. 32) constata que, para Adorno e Horkheimer, as mesmas lógicas que regem a esfera da produção regem a esfera do consumo. Assim, as atividades de cultura, arte e lazer seriam “filtradas pela Indústria Cultural”, tornando-se um consumo de massa que, por sua vez, é entendido pela teoria crítica como “inferior na escala de capital cultural”. Todavia, Featherstone (1995, p. 148) argumenta que, além desta visão ser elitista, a pós-modernidade coloca em xeque a “legitimidade das formas específicas de capital cultural, bem como a legitimidade da hierarquia simbólica vigente e as características estruturais do campo do capital cultural”.

Em relação aos *modos de consumo*, Featherstone (1995, p. 36) destaca a importância do gosto e o conhecimento/capital cultural¹³⁰ para que o consumidor tenha o discernimento no momento de classificar e utilizar novas mercadorias e, assim, marcar diferenças e transmitir mensagens por meio destas. O autor remete às palavras de Bourdieu (2013), em que “as preferências de consumo e estilo de vida envolvem julgamentos discriminatórios que identificam nosso próprio julgamento de gosto e, ao mesmo tempo, o tornam passível de ser classificado pelos outros”. O gosto é aqui utilizado como uma forma de distinção, logo, quando os consumidores “de baixo” utilizam e compram os produtos dos “de cima”, estes partem para novos gostos e bens, iniciando um processo de perseguição. Featherstone (1995, p. 48) argumenta que *consumindo sonhos, imagens e prazeres* por meio de bens simbólicos e signos, o consumidor encaminha-se para uma “autenticidade romântica” e para uma “realização emocional em dar prazer a si mesmo”; percepção que se alinha às de Campbell (2011). O controle entre sonho e realidade não é rígido ou inexistente, mas sim, flexível, “capaz de lidar

jovens em relação ao modernismo, percebido como algo esgotado e institucionalizado. Contudo, “o problema na tentativa de definir o pós-modernismo é que o termo significa coisas diferentes em cada campo específico”.

¹³⁰ Para Bourdieu (apud FEATHERSTONE, 1995, p. 148), há três formas de capital cultural: estado corporificado, abrangendo “estilo de apresentação, modos de falar, beleza pessoal, etc”; estado objetificado, abrangendo “bens culturais como pinturas, livros, máquinas”; e estado institucionalizado, abrangendo as qualificações educacionais e intelectuais.

ao mesmo tempo com o controle formal e o descontrole, bem como facilitar uma troca de marchas confortável entre ambos”.

Como a oferta de bens simbólicos cresce a cada dia, a tarefa do consumidor de classificar e ordenar aquilo que consome torna-se mais pesada. Assim, ganha visibilidade os “novos intermediários culturais”, ou seja, aqueles que “são capazes de vasculhar diversas tradições e culturas para produzir novos bens simbólicos e, além disso, fornece as interpretações necessárias sobre seu uso”, ressalta Featherstone (1995, p. 39), resgatando as percepções de Bourdieu (2013). Tais pessoas seriam aquelas que atuam no *design*, na mídia, na moda, na publicidade, *marketing*, relações públicas, jornalistas ou outras ocupações intelectuais envolvidas em “produção, comercialização e divulgação de bens simbólicos”, assim como os que ocupam cargos no Estado, na iniciativa privada ou em atividades relacionadas com terapia, educação e aconselhamento.

Os novos intermediários culturais mostram-se como um perigo para “as antigas virtudes pequeno-burguesa”, pois desorientam o consumo ao questionar e ampliar suas noções vigentes. Mesmo que estejam predispostos aos estilos de vida dos especialistas culturais e dos artistas, afastam-se da singularidade, buscando ampliar e alimentar novos estilos para os consumidores. Percebo, então, que a construção de uma identidade por meio do consumo não se restringe aos nobres, ricos e jovens, mas a todos aqueles que o mundo pós-moderno encorajou a ser quem quiser, desde que possa, de alguma forma, consumir. Assim, amplia-se o leque que abarca os “bens culturais legítimos” e rompe-se com as “antigas hierarquias simbólicas”, onde a autoridade do grupo dominante vê-se alvo de críticas, ameaçada e desafiada. Há, portanto, “uma crise da exclusividade do saber intelectual”. (FEATHERSTONE, 1995, p. 173).

Detentores de disposição e sensibilidade necessárias, os novos intermediários culturais tornam-se mais abertos “à exploração emocional, à experiência estética¹³¹ e à estetização da vida”. (FEATHERSTONE, 1995, p. 72). Tal estetização pode se dar em três aspectos: a dissolução das fronteiras entre a arte e a vida cotidiana, a transformação da vida numa obra de arte e “o fluxo veloz de signos e imagens que saturam a trama da vida cotidiana na sociedade contemporânea”, sendo este último uma questão essencial para compreendendo a expansão da cultura de consumo. (FEATHERSTONE, 1995, p. 100).

Ao observar a comunidade *booktube* entendo que tais leitores desestabilizam e modificam as estruturas tradicionais nas quais o campo literário pautava-se. Ao adquirirem voz

¹³¹ Para Featherstone (1995, p. 103-140), parques temáticos, shoppings, galerias e museus são exemplos de “espaços que proporcionam experiências”. Estes lugares compõem a cidade pós-moderna, um local consciente de sua “dimensão imagética e cultural”, tornando-se um centro para o consumo cultural.

e destaque através do YouTube, os *booktubers* questionam, mesmo que subjetivamente, o modo como o capital cultural era constituído e valorizado; questionando, por conseguinte, as estruturas simbólicas. Este cenário pode ser observado na relação entre os críticos literários e os *booktubers*. Tatiana Feltrin comenta que durante um evento que participara, ouviu um profissional da área queixar-se de que sente “*saudade da época em que o diálogo sobre livros era feito entre o crítico especializado e o leitor de alta literatura*”. Tal constatação reflete a mudança e a instabilidade das normas tradicionais percebida por um integrante da estrutura tradicional do campo cultural.

Este profissional não se adequou à época atual, na qual a cultura da participação, tratando-se de uma mudança cultural em diversos âmbitos, está transformando o papel do crítico. Na época lembrada pelo saudoso profissional, eram os críticos literários quem definiam a relevância de cada obra, julgavam sua importância estética e, deste modo, influenciavam nos hábitos e opiniões dos leitores. Conforme refletido no capítulo anterior, o mercado e os estudos literários guiavam-se pelas percepções de tais críticos, integrantes das instâncias de legitimação. Atualmente, contudo, no YouTube são os próprios leitores que elaboram suas listas dos melhores livros de acordo com os seus gostos. Os leitores que compõem a comunidade de interesse pautam-se essencialmente pela opinião de outros leitores.

A comunidade *booktube* lê, reflete, conversa, diverge, negocia, opina e compartilha seus gostos e opiniões sobre os livros enquanto objeto e sobre a leitura enquanto conteúdo, enquanto experiência. Tratam-se de leitores conversando com outros leitores, sugerindo e criticando leituras de igual para igual. Entre estes leitores, *a grosso modo*, a opinião de um crítico literário tradicional é irrelevante. Aliás, conforme nota Shirky (2011), o profissional muitas vezes não é a melhor opção. A partir das palavras de Chartier (1999a), percebemos que a soberania absoluta do crítico literário está ruindo há muito tempo. Este processo teve início através das cartas de leitores enviadas aos jornais, mas foi potencializado na cultura da internet, ganhando força em espaços como o YouTube. O autor revela que

[...] é a queda dos Antigos e dos Modernos, na França, no fim do século XVII, que faz nascer a ideia segundo a qual cada leitor dispõe de uma legitimidade própria, do direito a um julgamento pessoal. Esta ideia afirma-se então através dos novos periódicos, como o *Le Mercure Galant*, que levam em grande conta as cartas que lhe dirigem seus leitores. **O leitor reage aos artigos do periódico e envia suas próprias opiniões.** Evidentemente, as redes eletrônicas ampliam essa possibilidade, tornando mais fáceis as intervenções no espaço de discussões constituído graças à rede. **Deste ponto de vista, pode-se dizer que a produção dos juízos pessoais e a atividade crítica se colocam ao alcance de todo mundo. Daí a crítica, como profissão específica, correr o risco de desaparecer.** (CHARTIER, 1999a, p. 17-18, grifo nosso).

Os *booktubers* não almejam ser nem se consideram críticos literários, tal como explicitado na fala de Tatiana Feltrin: “*não, eu não sou crítica literária, eu não tenho a menor pretensão de ser crítica literária. Eu sou uma leitora comum*”. Eles revelam-se como novos intermediários culturais, vasculhando a cultura literária a fim de produzir novos bens simbólicos, reinterpretando seus usos. São um perigo percebido e combatido, de certa forma, pelos integrantes da antiga estrutura cultural porque desorientam, ampliam e questionam suas noções. Os *booktubers* adquiriram voz para posicionar-se e confrontar, ou até mesmo anular, aqueles que ainda fazem uso de um discurso “*ultra elitista*”.

O leque de bens culturais amplia-se, expande-se para além da alta cultura, para além da literatura clássica. Ao romper com as antigas hierarquias, os *booktubers* desenvolveram uma linguagem própria, um modo próprio de classificar e assimilar aquilo que leem. São permeados por uma explosão emocional, utilizando o gosto, os sentidos e as experiências para consumir literatura. Enquanto mediadores, organizam as ideias, refletem e conversam sobre o campo no qual estão inseridos, transmitindo aos seguidores suas opiniões e percepções ao passo que também solicitam destes suas considerações. Para a maioria dos leitores que acompanham os *booktubers*, estes atuam como uma ponte entre os leitores, o mercado editorial e a cultura literária, propondo questionamentos e desmistificando um campo que foi caracterizado como algo alcançável e discernível apenas para o “*leitor de alta literatura*”.

Por fim, percebo que definição de cultura do consumo de Featherstone (1995) mescla concepções de Adorno e Horkheimer (1985), Bourdieu (2013) e Campbell (2011), ressignificadas na pós-modernidade, alterando a esfera social e cultural. A pós-modernidade coloca em xeque as antigas hierarquias entre a alta e a baixa cultura, bom e mau gosto, consumidores e produtores, críticos capacitados e leigos. As barreiras entre cada campo tornam-se tênues.

Campbell (2011) acrescenta à discussão uma esfera do consumo que não era analisada em um sistema de compra, venda e troca: o devaneio, o desejo, a imaginação. Elucida o prazer proporcionado pelo consumo por meio da interação entre realidade e ilusão. McCracken (2003) esclarece como os objetos são cobertos por camadas simbólicas a partir do sistema de pátina, um sistema que era utilizado como distinção, mas que foi perdendo suas funções com a proliferação do consumo da novidade, dos objetos da moda. Essa distinção, conforme esclareço no decorrer deste capítulo, é entendida por Bourdieu (2013) a partir do gosto, estabelecendo mapas sociais compostos por núcleos de consumidores que partilham interesses. Para Douglas e Isherwood (2013), o consumo também constitui mapas sociais, nos quais os objetos possuem

importante função nos rituais e na vida da sociedade. Por isso, notam que o consumo, tanto quanto o trabalho, é uma necessidade social.

A partir da antropologia do consumo, atento-me aos objetos também por meio da cultura material. Como esclarecem Barbosa e Gomes (2004, p. 13) a antropologia do consumo considera a relevância “da materialidade dos objetos na constituição das sociedades, das culturas e da própria subjetividade humana”, referindo-se tanto “às diversas formas de materialismo desenvolvidas e identificadas, quanto no que diz respeito aos modos distintos de apropriação da cultura material pelos diferentes sistemas simbólicos”. Neste viés, McCracken (2003, p. 97) observa que a cultura material permite “à cultura insinuar suas crenças e pressupostos no tecido mesmo da vida cotidiana”, propagando um “mundo de significados”. É desta dimensão do consumo que tratamos na sequência.

4.1.1.1 Cultura Material

A reflexão sobre a cultura foi inicialmente marcada por uma divisão em dois âmbitos: a cultura material e a cultura imaterial. Esta última pode ser entendida enquanto cultura simbólica porque os símbolos são um dos seus componentes. Ela abarca os padrões de comportamento e as formas de pensar e agir de um determinado grupo, assim como valores, crenças, gestos, linguagens e interações. A cultura material, por sua vez, abarca ferramentas, tecnologias e utensílios que os membros de uma determinada sociedade criam e utilizam, tais como joias, livros, armas, penteados, roupas, máquinas, edifícios, arte ou qualquer objeto produzido pelo homem. Estas duas subdivisões estão imbricadas, uma vez que tanto a cultura material pode influenciar o modo como as pessoas agem, pensam e interagem, quanto a cultura imaterial pode refletir no uso ou na criação de algum objeto ou tecnologia. (HENSLIN, 2013).

O termo cultura material surgiu originalmente para contrastar com a cultura imaterial¹³². Mas, tão logo os estudos da cultura avançaram, percebeu-se que esta dualidade era simplista e disfuncional, uma vez que a cultura material também é uma “cultura do espírito”. Sua análise começa a partir das coisas, mas não se finda nelas. A partir dos objetos, é possível compreender as ações, os relacionamentos e os pensamentos da sociedade. Woodward (2007, p. 14) relata

¹³² Nos anos 60, o estudo da cultura material era dedicado, essencialmente, a atuar em um rastreamento a partir dos objetos, a fim de construir teorias novas sobre os processos de difusão e evolução social. Havia um interesse na arte popular, no artesanato e em utensílios que compunham a vida das pessoas, como pás, cestas ou máquinas de fiar. Os objetos eram salvos da deterioração em museus, mas pouco se refletia sobre seus significados enquanto integrantes do cotidiano. (LÖFGREN, 2012, p. 169).

que, no meio acadêmico¹³³, a cultura material era comumente referida a qualquer objeto – livros, canetas, sapatos, copos – ou a um grupo de objetos – shoppings, carro, casa. Logo, a cultura material incluía objetos que poderiam ser tocados, usados, manipulados pelas pessoas ou que possibilitassem a realização de atividades, seu uso ou contemplação, enfim, objetos dotados de presença física. Posteriormente, a cultura material também abrangeu coisas perceptíveis aos olhos. Ou seja, aquilo que podemos ver e não apenas tocar.

Nesta pesquisa, quando falo em materialidade, estou nos referindo especificamente à qualidade física do livro enquanto objeto. Contudo, sei que a cultura material e a materialidade não se restringem a esta característica. Um ritmo musical, o som do rádio ou os jardins de uma casa na Inglaterra podem ser objetos de análises da cultura material e, portanto, dotados de materialidade. (MILLER, 2001). Na obra *Tales from Facebook*, ao entender como o Facebook pode atuar com a mesma funcionalidade que o *kula* em Trinidad, Miller (2011) mostra que o digital, assim como as redes sociais, pode ser objeto de análise da cultura material.

Neste viés, de acordo com McCracken (2003, p. 53), os estudos da cultura material estabeleceram “uma detalhada compreensão das propriedades simbólicas que se aderem aos objetos”. Miller (2013b) afirma que este campo de estudos trabalha com as especificidades dos objetos possibilitando, assim, uma profunda compreensão da humanidade que é inseparável da materialidade. A cultura material mostra a cegueira de alguns estudos do consumo, principalmente em duas disciplinas: a arquitetura e o design. Abre-nos os olhos para que possamos compreender quais os sentidos construídos pelas pessoas através dos objetos, como se apropriam e transformam o mundo material a sua volta. Foca no papel que a materialidade desempenha em formas específicas de comunicação e qual o impacto disso na construção da sociabilidade. Neste contexto, Miller (2013b) destaca a contribuição de Mauss (2012) com a obra *Ensaio sobre a dádiva*, publicada em 1922 e entendida como um dos maiores pontos de afinidade entre a antropologia social e a cultura material ao abordar a economia da dádiva, entendendo o papel dos objetos na construção de relações e na evolução das sociedades.

¹³³ Conforme já mencionado, nos anos 80 o estudo do mundo dos bens ganhou um novo fôlego, interessando-se nos significados culturais de cada objeto e no modo como atuavam enquanto marcas de identidades. Miller (2001, p. 3) relata que, antes deste período, os estudos dos objetos eram profundamente relacionados ao fetiche da mercadoria. Libertar-se desta perspectiva foi um dos avanços dos estudos da cultura material, ao mostrar que não há uma distância extremamente rígida entre o mundo social e o mundo material. O segundo passo neste desenvolvimento foi mostrar que as coisas importam, se observarmos a especificidade da materialidade e das relações de cada objeto. Assim, na década de 90, a cultura material foi intimamente alinhada com os estudos do consumo, no qual buscava-se uma compreensão sobre suas práticas cotidianas e seus estilos. Entra em cena as análises sobre o consumidor moderno, morador de um “mundo dos sonhos” construído pela publicidade e consolidado pelas lojas de departamento. São também desenvolvidas pesquisas sobre as tendências de consumo enquanto construtores de auto expressão e identidade, assim como a subcultura e as estéticas juvenis, composta por linguagens, expressões, vestuário e música. (LÖFGREN, 2012, p. 173).

Mauss (2012, p. 24-37, grifo do autor) declara que os objetos possuem um “poder espiritual”, chamado por ele de *hau*. Esse espírito deve ser passado a diante, pois não é justo que uma única pessoa ou grupo seja seu proprietário. Assim, o *hau* que você me deu deve ser passado para outro alguém. Por possuir um “espírito” próprio, a coisa recebida nunca é inerte – o que contraria, nota Appadurai (2008, p. 17), a tendência contemporânea de acreditar que as coisas são estáticas. O presente dado ou trocado leva consigo a obrigação de não ser negado e de ser perpetuado. Neste cenário, não aceitar um presente era o mesmo que declarar guerra, pois negava-se o *hau* de alguém ou de outro grupo, negando-se também a aliança e a comunhão. Logo, “ninguém é livre para recusar um presente oferecido”.

As dádivas ofertadas – ou os objetos – criam uma espécie de contrato, estabelecendo um circuito de reciprocidade. A retribuição da dádiva é um reconhecimento, tanto em âmbito religioso, econômico, jurídico quanto militar. Para Mauss (2012, p. 73-108), abster-se de participar desse circuito – dando, recebendo e retribuindo – é “faltar a um dever”, pois coisas dadas e retribuídas também retribuem respeito e reconhecimento. Para não interromper a circulação da dádiva, não só aquele que “dá se compromete, quem recebe também se obriga”. O sistema apresentado por Mauss (2012, p. 119) é o “mais antigo sistema de economia e de direito” que se pode constatar. A partir disso ele mostra que, por saber estabilizar relações ao dar, receber e retribuir, as sociedades progrediram. E isso foi possível graças ao valor simbólico dos bens materiais.

Como mencionado, o estudo de Mauss (2012) é o alicerce para compreender a relação entre a antropologia social e a cultura material. Atualmente, um dos principais autores que reflete sobre estes campos, mas com o olhar voltado para a atualidade e suas especificidades, é Daniel Miller. Na obra *Trecos, troços e coisas*, Miller (2013a) pondera sobre como as relações sociais podem surgir através do consumo, mas também sobre como o ato de consumir pode acarretar transformações na sociedade. Argumenta que compreendemos melhor nossa própria humanidade quando damos atenção à nossa materialidade.

Para Miller (2013b, p. 344) “nós também somos trecos, e nosso uso e nossa identificação com a cultura material oferecem uma capacidade de ampliar, tanto quanto de cercear, nossa humanidade”. Em outras palavras, “os trecos nos criam”. Miller (2013a, p. 19) ressalta que há aí um paradoxo: de um lado, cada vez mais somos singulares enquanto indivíduos, em nossos gostos, interesses, trabalhos e prazeres, mas, por outro, “recorremos a aspirações cada vez mais universais”.

Por meio de pesquisas etnográficas sobre a cultura material, Miller (2013a) argumenta que podemos compreender quem somos através do que vestimos, compramos ou possuímos,

revelando-nos a “humanidade das coisas”. Assim, percebemos a importância dos objetos não porque são evidentes e existem fisicamente, mas porque passam a compor nossa vida de tal forma que nós não os vemos mais. Os objetos tornam-se tão intrínsecos em nosso cotidiano que não possuímos, muitas vezes, consciência deles. Neste aspecto, retoma alguns princípios do estruturalismo através das palavras de Bourdieu e Lévi-Strauss. Nota que este último não foca sua atenção nas coisas em si, mas nas relações entre estas. Através da humanização das coisas, Miller (2013a, p. 83) redireciona o foco, ao alegar que esta teoria “também dá contorno e forma à ideia de que os objetos fazem as pessoas. Antes de realizarmos coisas, nós mesmos crescemos e amadurecemos à luz de coisas que nos foram transmitidas pelas gerações anteriores”.

É a partir da dialética hegeliana que Miller (2013a, p. 84-92) tece sua fundamentação teórica sobre a objetificação. Se para Kant, em sua filosofia da consciência, há uma separação entre o sujeito e o objeto, para Hegel há uma imbricação destes dois elementos. Assim, a teoria dos trechos expõe que entre sujeitos e objetos não há separação¹³⁴. Miller (2013a, p. 89) parte da dialética hegeliana, mas não se limita a ela. Esta relação entre sujeito e objeto é apresentada por ele para argumentar sobre o seu conceito de objetificação, que nada mais é do que a “ideia de que os objetos nos fazem como parte do processo pelo qual os fazemos”, ou seja, “não há separação entre sujeitos e objetos” porque um constitui o outro. Este processo é algo positivo, pois “a objetificação pode ser boa. Ter mais coisas nos proporciona recursos que aumentam nossa capacidade, experiência e compreensão”. (MILLER, 2013a, p. 94). Logicamente, isso não acontece obrigatoriamente.

A cultura é pensada por Miller (2013a) essencialmente através dos preceitos de Simmel, ao entender que o crescimento dos objetos, ou dos trechos, não é algo bom ou ruim, mas contraditório. Isto é, ao criarmos o automóvel, criamos inúmeras coisas positivas, mas também criamos coisas negativas, como os acidentes e a poluição. Ou como Miller (2013a, p. 97) explicaria, não há como termos clássicos do cinema como *E o vento levou*, sem termos o filme

¹³⁴ Explicando em pormenores, a dialética de Hegel é regida por três princípios: a contradição, a mediação e a totalidade. O sujeito cria o objeto ao compreendê-lo, ou seja, o objeto é aquilo que o sujeito diz que é. No entanto, nesta relação, o objeto também influencia o sujeito que o descreve e é através desta relação contraditória que ambos passam a existir. Desta forma, o mundo não é apenas aquilo que imaginamos, como acreditava Kant, mas é aquilo que o sujeito diz que o mundo é. Este sujeito, por sua vez, só pode conhecer e denominar o mundo a partir de sua relação com o objeto. Portanto, os objetos realizam a mediação entre o sujeito e o mundo. Esta relação entre a contradição e a mediação gera uma consciência de si, mas como essa relação sempre muda, pois tanto o sujeito quanto o mundo nunca são imutáveis, estas transformações geram uma duplicidade, ou seja, uma segunda consciência de si. A relação entre estas consciências de si, por sua vez, gera a totalidade. Tudo no mundo se relaciona e se altera. E é esta sucessão de mediações e contradições que constitui a história. Hegel traz a história para a filosofia, acreditando que esta “é o meio pelo qual adquirimos nossa consciência mais avançada”. Assim, percebe que, “em grande medida, somos produtos da história”, porque somos formados pelos costumes e constituições que elaboramos e assimilamos. (MILLER, 2013a, p. 87-88).

do Pelé. Para Simmel, essas contradições são intrínsecas à cultura, pois “nós simplesmente não podemos ter os benefícios de um lado sem o risco do outro”.

Compreendendo Hegel e Simmel, Miller (2013a, p. 104) afirma que os trechos são, acima de tudo, contraditórios e partes intrínsecas da nossa cultura, ou melhor, são um subconjunto da cultura: a cultura material. Em outras palavras, “a objetificação é uma teoria dialética da cultura, não apenas da cultura capitalista, pois a contradição não é tão somente um traço do capitalismo moderno, nem um aspecto da vida nas cidades. Ela é intrínseca ao próprio processo que descrevemos como cultura”.

A partir do processo de objetificação, o autor elucida o que entende por imaterialidade e materialidade dos objetos. Sobre esta última, Miller (2013, p. 107) nota que, seja o que for, é algo que não desejamos ser. Ou seja, “ou bem desejamos de modo desesperado escapar da materialidade, ou passamos a vida tentando acumular mais coisas materiais – ou então [...] querer fazer as duas coisas ao mesmo tempo”, por mais estranho que isso possa parecer. Há aqui, novamente, um processo contraditório, pois muitas vezes a imaterialidade é expressa pela materialidade. Por meio de um objeto o indivíduo pode se conectar com a religião (através de um terço ou da Bíblia), com a cumplicidade do amor romântico (anel de noivado), com a lembrança de um encontro no aeroporto (cartão-postal) com a infância (brinquedo), com uma história de vida (mudança) e, também, com o afeto e com o outro (livros, por exemplo). (MILLER, 2009, 2013).

O repúdio ao material¹³⁵ mencionado anteriormente ainda se encontra enraizado em nossas crenças, basta lembrar que chamar alguém de “materialista” é, de certa forma, ofendê-lo. Contudo, nota Miller (2013, p. 131), os primeiros estudos sobre a cultura material concluíram que “as pessoas que dispunham de relações fortes com as outras eram as que também tinham relações efetivas e satisfatórias com o mundo material”; em contrapartida,

¹³⁵ Para Miller (2013a, p. 117) [...] “a religião realizou seu ideal de transcendência por meio do repúdio do material. Esclarecimento é igual à separação do desejo. Ao olharmos para nós, hoje, vemos que herdamos em grande parte o mesmo sistema de crenças. A única coisa que jamais devemos ser é materialista, pois se supôs que dar atenção ao material significa não dar atenção ao social, à pessoa”. Tomando os antigos egípcios como exemplo, percebemos que estes possuíam fé no “potencial da monumentalidade para expressar a imaterialidade que criou seu legado como presença material em nosso próprio mundo”. Suas grandes pirâmides, materialidade pura, eram utilizadas como forma de espiritualidade. Por outro lado, algumas religiões rechaçavam qualquer forma de culto ao material, como o hinduísmo, o budismo e o jainismo, onde desenvolveu-se claramente a ideia de que realizar os desejos por meio do consumo era um caminho para que a essência da humanidade definhasse. Na Índia, afastar-se do material é visto como uma maneira de alcançar a iluminação espiritual. (MILLER, 2013b, p. 342). A rejeição do mundo material também é percebida no protestantismo, onde seus “apostólicos se reuniam em campos, e não em templos, e memorizavam seus ensinamentos, em vez de pregar com uma bíblia”. Seu objetivo era excluir qualquer material que pudesse mediar sua relação com Cristo. Conforme Miller (2013a, p. 109), este objetivo foi fracassado, pois “a paixão por repudiar as coisas levou-os a dar muita importância aos poucos objetos que possuíam”.

“aqueles que sentiam ter fracassado em suas relações com outras coisas ou pessoas se mostravam incapazes de construir relacionamentos satisfatórios nos demais domínios”. Tais constatações mostram que o fato de possuímos trechos, troços e coisas não nos impede de ter relações afetivas com laços fortes. Muitas vezes, é o próprio material que nos conduz à construção de relações e ao fortalecimento de laços.

Observando o consumo de habitações, mídia, carro e roupas, Miller (2007, p. 51) compreende que tais estudos “sugerem que o desenvolvimento de uma abordagem de cultura material é algo que ajuda a desmembrar a especificidade do consumo, e mostrar que a materialidade de cada gênero em si mesmo é importante”. Suas pesquisas e análises evidenciam que a cultura material não é algo presente apenas no âmbito do capitalismo ou em sociedades mercantilizadas, mas em todas as sociedades. (MILLER, 2013a). Enfim, como enfatiza Miller (2007, p. 228), os “trechos têm uma capacidade notável de se desvanecer diante dos nossos olhos, tornarem-se naturalizados, aceitos como pontos pacíficos, cenários ou moldura de nossos comportamentos. Eles alcançam seu domínio sobre nós porque deixamos de observar o que fazem”.

As palavras de Miller (2007, 2013a, 2013b) me levam às palavras de Will Schwalbe (2013) em sua obra *O clube do livro do fim da vida*¹³⁶. Nesta, conhecemos a vida de Will, um editor de livros que desde criança já vivia cercado deles. O autor explana como seus pais sempre foram apaixonados pela leitura, como a casa vivia repleta de livros e como eles incentivavam os filhos a ter o mesmo hábito. E deu certo. Will adora livros, tanto quanto os pais. Possui autores e livros preferidos, sempre envolto em histórias fantásticas. Um dos assuntos favoritos para conversar com sua mãe Mary eram, justamente, os livros. Eles então perceberam que, na verdade, eram integrantes de um clube do livro; com apenas dois integrantes, mas ainda assim, um clube.

Will e sua mãe utilizaram a literatura para conhecerem um ao outro. Diz o autor: “essa é uma das coisas que os livros fazem. Eles nos ajudam a falar. Mas também nos dão algo sobre o qual todos podemos falar quando não queremos falar sobre nós mesmos”. Também aproveitaram o pouco tempo que restava à Mary – que foi diagnosticada com um câncer terminal –, para que ela lhe indicasse os livros que o filho deveria ler. Schwalbe (2013) relata que, quando o estado de saúde de sua mãe piorara, e ela não saía mais da cama, tinha a companhia das pessoas que amava, mas também estava acompanhada dos seus livros. Cada

¹³⁶ Assista ao *booktrailer* em: <<https://youtu.be/SEpIkdvMNVk>>.

livro era um pedacinho de Mary. Cada exemplar era uma lembrança que Will e sua família teriam dela:

Ela estava cercada de livros – uma parede de estantes, livros no criado-mudo, um livro ao seu lado. [...]. As lombadas eram de todas as cores, e havia livros de bolso e de capa dura, livros que haviam perdido suas sobrecapas e outros que nunca tiveram uma. Eles eram os companheiros e professores da minha mãe. Tinham lhe mostrado o caminho. E ela podia olhar para eles enquanto se preparava para a vida eterna que sabia que esperava por ela. (SCHWALBE, 2013, p. 278).

Esta relação afetiva com o livro enquanto objeto, que se faz presente na vida da família, mediando relações e estabelecendo conexões, é relatada por Schwalbe (2013) durante toda a obra. Ao contrário do livro digital, o livro físico é lembrado como parte de seu cotidiano, ora atuando como protagonista, ora como expectador, mas sempre presente, em algum lugar:

[...] uma das muitas coisas que adoro nos livros impressos é sua mera natureza física. Os livros eletrônicos vivem fora dos olhos e da mente. Mas os livros impressos têm corpo, presença. É claro que às vezes fogem de nós, escondendo-se em lugares improváveis: numa caixa cheia de velhos porta-retratos, digamos, ou no cesto de roupa suja, embrulhados num pulôver. Mas, outras vezes, eles nos confortam, e literalmente esbarramos em alguns livros dos quais não tínhamos pensado havia semanas ou anos. (SCHWALBE, 2013, p. 44).

Mãe e filho utilizaram a materialidade do livro para chegar à imaterialidade do afeto. Por meio de uma relação mediada por livros, Will e Mary conheciam-se mutuamente, aproximavam-se e demonstravam o amor que um tinha pelo outro, enquanto houvesse tempo. No entanto, o autor pensa que os livros não são meros objetos. Eles lembram que, onde quer que os dois estivessem, em suas “jornadas individuais”, ainda podiam compartilhar livros. Schwalbe (2013, p. 280) conclui: “enquanto estivéssemos lendo esses livros não seríamos a pessoa doente e a pessoa saudável; seríamos apenas uma mãe e um filho adentrando em novos mundos juntos”.

A história de Will e Mary elucida um ponto relevante para essa pesquisa: a relação entre leitores e livros a partir de sua materialidade. A materialidade do livro não é um elemento neutro, mas sim dotado de significados. Conforme Manguel (1997), os livros nos dizem quem são tanto através de seus autores, de seus títulos, de seus conteúdos, quanto através de sua capa, de suas ilustrações, de seu papel, de seu tamanho. Por isso, afirma: “julgo um livro por sua capa; julgo um livro por sua forma”. Constata que o ato de ler estabelece uma relação física e íntima entre livro e leitor, onde todos os seus sentidos participam: a visão, “colhendo as palavras na página”; a audição, “ecoando os sons que estão sendo lidos”; o tato, “acariciando a página áspera ou suave, a encadernação macia ou dura”; o olfato, “inalando o cheiro familiar de papel,

cola, tinta, papelão ou couro”, e até mesmo o paladar, “quando os dedos do leitor são umedecidos na língua”. (MANGUEL, 1997, p. 277).

Atentar-se a esta relação sensorial é uma das críticas ofertadas pela fenomenologia aos estudos da cultura material, reclamando a importância dos cinco sentidos nas análises culturais ao mostrar que as pessoas experimentam o mundo não apenas através da visão, não são meros observadores e espectadores do mundo que existe a sua volta. Os sentidos desempenham um trabalho em conjunto, contribuindo no modo como interagimos e sentimos o mundo e o outro. O mundo, assim como o mundo dos bens, é composto por cores, formas, cheiros, sabores e texturas. A partir disso, nós sentimos e reagimos a ele. Sente-se o caminho e o ambiente. Deixar de observar apenas a dimensão visual dos objetos significa “não somente estudar o que as pessoas fazem com os objetos, mas também o que os objetos fazem com as pessoas”¹³⁷, constata Löfgren (2012, p. 173, tradução nossa).

Neste viés, Mangen (2008, p. 405, tradução nossa) também afirma que a leitura é um processo multissensorial. Para a pesquisadora, diferente do texto impresso, os “textos digitais são ontologicamente intangíveis e separados da dimensão física e mecânica do seu apoio material”¹³⁸. Este deslocamento entre o conteúdo e a plataforma de leitura gera mudanças significativas na relação entre texto e leitor, conforme já refleti no capítulo anterior. Por este motivo, destaca a relevância da materialidade para a experiência da leitura, onde o tato é de suma importância para tal. Lembra que entre a experiência “sensoriomotora da materialidade” e o “processamento cognitivo do conteúdo do texto” há uma ligação fundamental. A autora (2008, p. 406, tradução nossa) afirma que a imersão completa na história só é possível através da materialidade, pois “ler é uma atividade multissensorial que implica interações perceptuais, cognitivas e motoras com o que está a ser lido”¹³⁹.

As palavras de Mangen (2008), de certo modo, remete-me às reflexões de Gosden (2013). Não abordando o livro diretamente, mas coisas em geral, o autor afirma que os objetos podem ser nossos professores. Quando um pai ensina seu filho a pedalar, a bicicleta também é seu professor, ajusta seus músculos, orienta seu equilíbrio, mostra-lhe sua relação com os outros ciclistas. Os objetos são mestres da humanidade e é através desta interação que aprendemos o que funciona ou não. A experiência sensorial estabelecida nesta interação reflete-se em nossa inteligência, pois desenvolvemos e aperfeiçoamos um raciocínio abstrato quando nosso corpo

¹³⁷ “not only studying what people do to objects, but also what objects do to people”.

¹³⁸ “digital texts are ontologically intangible and detached from the physical and mechanical dimension of their material support”.

¹³⁹ “Reading is a multi-sensory activity, entailing perceptual, cognitive and motor interactions with whatever is being read”.

interage com o mundo material. Assim, alguns aspectos da nossa inteligência não são desenvolvidos através de um processamento central, mas através das experiências e aprendizados que os objetos nos proporcionam. O mundo material cria formas e categorias de pensamentos que não existiriam sem este. A experiência sensorial proporcionada por tecidos, machados, cestas ou bicicletas nos auxilia a compreender e aprender o mundo ao nosso redor. Deste modo, o ato de folhar as páginas de um livro, de manuseá-lo, também ensina, assim como a própria leitura. (GOSDEN, 2013, p. 440).

Focando na interação entre o livro e o seu leitor, percebo tratar-se de uma relação afetiva, íntima e multissensorial. Para além do próprio conteúdo e da materialidade, outros aspectos complementam a experiência de leitura, como o cheiro. Livros possuem um cheiro próprio¹⁴⁰, sendo “uma das características mais importantes de um livro impresso”. Tanto que a editora francesa online *CaféScribe*¹⁴¹ oferece aos compradores de seus *e-books* adesivos que exalam “um cheiro agridoce de livro antigo ao ser colocado no computador”. (DARNTON, 2010, p. 58). O cheiro de livro novo transformou-se em perfume, o *Paper Passion*, criado pela perfumista Geza Schoen e Gerhard Steidl, pois sua fragrância predileta é o cheiro de “um livro que acabou de ser impresso”¹⁴². Há até mesmo velas aromáticas com cheiro de livro¹⁴³. O cheiro de um livro é um elemento inebriante para o leitor. Esta experiência multissensorial não se dá apenas com aqueles que adquirem as obras. Essa experiência pode ser usufruída em uma biblioteca pública ou em uma livraria. Eco (2010, p. 253) lembra-nos: “Quantos de nós já não se alimentaram do simples perfume de livros que víamos em prateleiras, mas que não eram os nossos? Contemplar esses livros para deles extrair saber”.

O papel do livro e sua capa também participam desta experiência, influenciando na leitura. Segundo o *booktuber* Danilo¹⁴⁴ (canal *Cabine Literária*), o papel *offset* (papel branco) não é recomendado para leituras longas porque reflete mais a luz e é incômodo aos olhos. A leitura neste papel é mais cansativa do que a leitura em papel *off-white* (papel amarelo), que pode ser *polén sóft* (mais liso) ou *polén bold* (mais áspero). Também há o papel *Avena* e o

¹⁴⁰ Segundo o professor de química do Reino Unido, Andy Brunning, o cheiro de livro (novo ou velho) não advém de apenas um produto químico, mas sim, do resultado de uma complexa mistura de elementos químicos. De uma forma geral, o cheiro de livro novo surge da combinação de vinyl acetate ethylene (tratamento de aderência e encadernação), dímero de alquicetemo e peróxido de hidrogênio (tratamento do papel e da tinta). Já o cheiro de livro velho combina benzaldeído (amêndoa), vanilina (baunilha), etilbenzeno e toluene (perfumes) e etil hexanol (floral). (COLMAN, 2014, online).

¹⁴¹ Disponível em: <<http://www.brytewave.com/>>. Acesso em: 12 jan. 2015.

¹⁴² O frasco do perfume custa cerca de R\$ 200,00 reais e é acompanhado de uma embalagem em formato de livro, elaborada por Karl Lagerfeld, onde o produto é acomodado em um recorte nas páginas, criando um compartimento secreto. (TAVARES, 2012, online).

¹⁴³ Disponível em: <<https://goo.gl/Wyu54o>>. Acesso em: 12 jan. 2015.

¹⁴⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=kGoEQgYIdY0>>. Acesso em: 24 mar. 2015.

*Chamois Fine*¹⁴⁵. As capas, por sua vez, são essencialmente de dois tipos: em brochura (*paperback*) ou capa dura (*hardcover*), que possui a preferência da maioria dos *booktubers*. Podem ser acompanhadas de uma *jacket* ou não. É notória a preferência pelo papel amarelo entre os *booktubers*, sendo uma das características mencionadas quando há explanação sobre o livro enquanto objeto físico.

Belle¹⁴⁶ (canal *Belle Hendges*) elucida as principais características das edições econômica, pocket e normal, ressaltando o péssimo hábito da maioria das editoras online de colocarem “em letras minúsculas, que a gente mal consegue enxergar, lá no fim da página da descrição do livro que o livro é edição econômica. Urgh!”. Comenta: “você tá lá, todo feliz porque conseguiu uma máster promoção de um livro por 10 reais e daí quando o livro chega é aquela decepção”. Por isso os leitores buscam manter-se atentos às promoções de livros, que podem tornar-se uma frustração, uma vez que as edições econômicas são de qualidade inferior às edições normal e pocket em relação ao seu aspecto físico e projeto editorial.

Na edição econômica, a folha do livro é mais fina e “mais branca”. Deste modo, “você vai enxergar do outro lado do papel sim”. A capa não tem verniz aplicado como a edição normal, e também é produzida com um papel inferior, o que a torna “molenga”. As edições pocket são livros que, teoricamente, foram feitos para serem carregados no bolso. Geralmente não tem orelhas, a capa não tem verniz aplicado, mas é confeccionada com um “material idêntico à capa original”. A folha desta versão é inferior à edição normal e superior à edição econômica. Contudo, torna-se um livro pequeno porque possui margens e fontes reduzidas.

Entre *booktubers* e seguidores não há um consenso sobre qual edição seria melhor. Alguns seguidores de Belle comentam: “eu gosto desses livros econômicos pois eles são bem mais baratos [...]”, “Acho livro pocket muito ruim, tem que abrir muito para ler, o que acaba estragando o livro [...]”. O relevante, neste caso, é que os leitores estão atentos ao projeto editorial dos livros e seu aspecto físico, sentindo-se ludibriados quando compram algo de qualidade inferior ao que esperavam. Mas isso não significa que as edições econômicas não tenham seu público e sua devida importância, pois permitem, devido ao baixo custo, que um número maior de leitores tenha acesso ao livro.

Outro modo de ler e degustar um livro é através da relação entre o manuscrito e o códex, isto é, através das anotações nas margens dos livros e grifos em frases e trechos prediletos, também conhecida como *marginálias*. Segundo Chartier (2002, p. 94), “anotações marginais foram assim compreendidas como um dos gestos e um dos momentos da técnica intelectual que

¹⁴⁵ Algumas editoras inserem as informações sobre o tipo de papel na última folha do livro, como a *Intrínseca*.

¹⁴⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/-TqTXFCWLUo>>. Acesso em: 10 out. 2016.

governa as práticas de leitura e de escrita nos séculos XVI e XVII”. Horellou-Lafarge e Segré (2010, p. 47-51) constatam que através das anotações feitas pelos humanistas nas páginas em branco dos livros durante os séculos XV e XVI, estes tornaram-se o “cimento da sociabilidade culta mundana”. Notam ainda que “o livro emprestado traz a marca de seu proprietário, foi anotado, algumas passagens sublinhadas; a obra portadora desses sinais íntimos é o penhor de uma amizade, uma marca de confiança”. (HORELLOU-LAFARGE; SEGRÉ, 2010, p. 126).

As marginálias “constituem de fato uma forma de encontrar as citações e exemplos que o leitor retém”. Muitos são os pesquisadores e universitários que anotam nas margens dos livros para fins de estudo e melhor “digestão” do texto. Deste modo, as marginálias “traduzem uma apropriação pela escrita do livro lido”. (CHARTIER, 2002, p. 96). As marcações também são úteis para a memorização do conteúdo da leitura, pois conforme Johnson (2001, p. 15), “nossa memória visual é muito mais duradoura do que nossa memória textual”. Em outros termos, nos lembramos de que certa “citação aparecia no canto superior esquerdo de uma página, mesmo que tenhamos esquecido as palavras da própria citação”. Segundo Bayard (2007, p. 73), Montaigne era incapaz de lembrar trechos de um livro; por este motivo, desenvolveu “um engenhoso sistema de anotações” nas páginas finais da obra. As anotações lhe permitiam encontrar – posteriormente à leitura – a opinião que formara sobre o livro e seu autor e as passagens relevantes, esquecidas por conta dos seus problemas de memória.

Para Adler e Doren (2010, p. 66), nós devemos tanto “ler nas entrelinhas” quanto “escrever nas entrelinhas”. Somente assim, para os autores, faremos uma leitura eficiente. Afirmam que “quando você compra um livro qualquer, estabelece uma relação de posse com ele. Isso vale para roupas ou móveis: você os compra pagando por eles. Mas o ato de compra é, na realidade, apenas o prelúdio da posse total do livro”. É escrevendo e deixando nossa marca nos livros que estes, de fato, passam a ser nossa propriedade, a nos pertencer, isto é, quando fazemos parte do livro e quando o livro faz parte de nós. Os autores expõem três motivos para as marginálias: 1) a escrita mantém o leitor consciente e alerta durante a leitura; 2) “ler é pensar, e o pensamento tende a se expressar em palavras faladas ou escritas”; e 3) anotar nossas reações ajuda-nos a “lembrar das ideias e dos pensamentos do autor”.

Atualmente, o modo como se experimenta e o modo como se processa o relacionamento com os livros ampliou-se para além das anotações nas margens das páginas. Além de lápis e caneta, alguns leitores utilizam marcadores para grifá-los; *post-it* e *flags* para marcá-lo. Pode-se dizer que a materialidade do livro em si é um dos aspectos que influenciam o entendimento acerca do conteúdo. Conforme Johnson (2001), a compreensão se torna melhor por meio de nossa memória visual. Esta, por sua vez, é auxiliada pelas marcações e anotações nos livros.

Ou seja, a forma como os leitores consomem suas obras influencia em sua apreensão e lembrança sobre o que leram. Também se trata de uma forma de personalizar o objeto, deixar a marca do leitor no livro lido. É deixar o livro envelhecer com seu leitor, como afirmam as biblioterapeutas¹⁴⁷ Berthoud e Elderkin (2016, p. 308). De modo poético, as autoras defendem as marginálias:

Algumas pessoas não abrem totalmente as páginas. Outras não põem o livro virado para baixo com as páginas abertas. Alguns não ousam fazer uma marca na margem. **Ultrapasse isso.** Os livros existem para lhe transmitir os seus mundos e não para serem objetos bonitos que se devem poupar para um outro dia qualquer. Imploramos-lhes que dobre, amarrote e escrevinhe nos seus livros sempre que o desejo se apodere de si. **Sublinhe as boas passagens, exclame ‘SIM!’ e ‘NÃO!’ nas margens.** Convide outros para fazerem dedicatórias e pôr a data na página de rosto. Faça desenhos, anote números de telefone e endereços eletrônicos, faça entradas de diários, rascunhe cartas a amigos ou a líderes mundiais. Escrevinhe ideias para um romance seu, esboce as pontes que quiser construir, roupa que quer desenhar. Enfie postais e flores prensadas entre as páginas. **Da próxima vez que abrir o livro poderá encontrar os bocadinhos que o fizeram pensar, rir e chorar da primeira vez.** E também se lembrará de que ficou com aquela **mancha de café na cafeteria** onde também engatou o empregado jeitoso. Os livros favoritos deveriam estar nus, desbotados, rasgados, com as páginas a saltar. **Ame-os como a um amigo**, ou pelo menos como a um brinquedo favorito. **Deixe que eles ganhem rugas e envelheçam consigo.** (BERTHOUD; ELDERKIN, 2016, p. 308, grifo nosso).

Willians (2005) organiza as práticas culturais em quatro grupos: arcaica, dominante, residual e emergente. Pode-se dizer que as marginálias são um exemplo de cultura residual, que é percebida juntamente com uma cultura emergente, pois são amplamente utilizadas pelos *booktubers* e propagadas através dos vídeos, tal como apresento nas análises. Willians (2005, p. 218) esclarece que cultura residual são alguns valores, significados e experiências praticados e vividos atualmente “sobre a base de um resíduo” cultural e social, advindo de uma “formação social prévia”, e que “não podem ser verificados ou expressos nos termos da cultura dominante”. Em outras palavras, são algumas noções derivadas do passado e observadas no presente. Noções que restaram. Resíduos¹⁴⁸.

A cultura emergente, por sua vez, são as novas experiências e significações, as novas práticas e os novos significados e valores que são continuamente criados. Jenkins, Green e Ford (2014, p. 131) relacionam à cultura emergente os “usuários-líderes”, ou seja, os primeiros

¹⁴⁷ Berthoud e Elderkin (2016, p. 9) se intitulam biblioterapeutas porque os remédios que utilizam no tratamento com seus pacientes não são encontrados em farmácias e hospitais, mas em livrarias e bibliotecas. As ferramentas para o seu ofício são os livros, suas “boticas” são compostas por pomadas de Saramago, bálsamos de Balzac e torniquetes de Tolstói. Segundo as autoras, a biblioterapia se tornou popular através dos livros de autoajuda, mas os “amantes da literatura” a tem utilizado há muitos anos. Há tratamentos que levam à cura completa, outros oferecem consolo e outros, ainda, mostram que não estamos sós.

¹⁴⁸ Jenkins, Green e Ford (2014, p. 131) lembram que a cultura residual se trata de coisas que ainda exercem sobre nós certa influência, mesmo que não possuem mais um papel predominante na cultura dominante.

adeptos de um produto recém lançado ou de uma nova prática cultural. Ao contrário da cultura arcaica, que não possui mais funções na cultura dominante, a cultura residual “pode permanecer na memória popular, tornar-se o objeto de desejo nostálgico, ser usado como um recurso para dar sentido à vida presente e à identidade de alguém, servir como base de uma crítica às instituições e práticas vigentes e desencadear conversas”, constata os autores (2014, p. 132). Assim, a cultura residual pode tornar-se propagável e ser expressa por meio de diversas formas culturais, como através do modo como consumimos nossos livros, utilizando métodos de leitura herdados do século XV, ou como um gênero literário, que busca no passado a ambientação e os significados que são reaccessados no presente, como o *steampunk*.

Quando afirmo que o consumo e a cultura material – assim como a cultura residual – atuam em construções identitárias, preciso problematizar esta questão e relacioná-la à cultura contemporânea. Nessa, tal construção é complexificada por meio da presença dos sujeitos nas redes sociais na internet, desenvolvendo uma comunicação mediada, representando a si e assimilando os outros. Aquilo que consumimos – adquirindo um bem ou não – e nossa relação com a cultura material ofertam pistas de nossas identidades e, assim, pode ser o ponto de partida para a constituição de vínculos sociais.

O tipo de consumo pode nos inserir ou não em um grupo simbólico. Em vista disso, é preciso evidenciar a questão do gosto, entendido como um vínculo afetivo tanto entre o sujeito e o objeto quanto entre um coletivo, cada vez mais incorporado à cultura material. Observo que, além de compreender o consumo do livro e da leitura através dos vínculos sociais, necessitamos entender a presença do afeto, o gosto entendido como uma teoria da paixão. Todavia, o gosto não pode ser apreendido de forma isolada, pois não é algo estático, dado. É uma ação, revela-se na relação entre aquele que ama e o objeto amado por meio do afeto. Assim, degustar é performatizar. Por isso o próximo tópico contempla a performance de gosto, para que o modo como os leitores constroem a si mesmos, relacionam-se, consomem e agem como pessoas que, acima de tudo, gostam de ler possa ser compreendido nas análises.

4.2 Consumo e Performance

Relembro aqui um fragmento do conceito de consumo proposto por Barbosa e Campbell (2006, p. 26): “uma estratégia utilizada no cotidiano pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direito, estilos de vida e identidades”. Por mais que não utilizem a palavra performance, Montardo e Silva (2015, p. 24) esclarecem que tal conceito associa-se a esta ideia ao considerar que o consumo constitui identidade e diferenciação entre

grupos. Tal como observou Campbell (2006, p. 51), o consumo “é fundamental para o processo pelo qual os indivíduos confirmam ou até criam sua identidade”. O autor destaca que o gosto, acima de qualquer coisa, nos define:

Por que as pessoas se preocupam em se auto definirem em termos de gostos? Bem, diria que isso que é o que sentimos que **nos define** mais claramente do que qualquer coisa. Quando se trata da questão crucial da nossa ‘real’ identidade, aí efetivamente consideramos que somos definidos por nossos desejos, ou por nossas preferências. (CAMPBELL, 2009, p. 52-53, grifo nosso).

Deste modo, a performance de gosto me auxilia a compreender como a representação do eu acontece, constituindo identidades e integrando os sujeitos em grupos determinados por tipos de gosto. Busco entender o conceito por meio dos preceitos de Schechner (2006), Ehrenberg (2010), Goffman (2002) e Zumthor (2014) e, por conseguinte, sua intersecção com o gosto através de Bourdieu (2013) e Hennion (2007, 2009, 2010, 2011).

Para Schechner (2006, p. 28), nos negócios, no sexo ou nos esportes, realizar uma performance é atingir um padrão de excelência. Nas artes, é imprimir excelência naquilo que se produz, seja um concerto, uma pintura ou uma apresentação de dança. Já na vida cotidiana, é “traçar uma ação para aqueles que assistem”. Seja enquanto arte, ritual ou vida cotidiana, as performances são “comportamentos restaurados”, ou seja, comportamentos que já foram vivenciados, contemplando ações “para as quais as pessoas treinam e ensaiam”¹⁴⁹.

O antropólogo e diretor teatral declara que os rituais, as rotinas e os hábitos são comportamentos restaurados. Na verdade, todo comportamento é um comportamento restaurado, mas isso nem sempre é discernível. Este comportamento pode ser de curta duração – como um aceno de adeus – ou de longa duração – como um ritual. É reflexivo e simbólico, pois “suas significações precisam ser decodificadas por aqueles com o conhecimento”. Caracteriza-se como “o processo principal de todos os tipos de performance”. (SCHECHNER, 2006, p. 36).

Mas o que é performance? Schechner (2006, p. 29-30) esclarece que qualquer atividade da vida humana “pode ser estudada enquanto performance”¹⁵⁰. Quando conversamos com os

¹⁴⁹ As performances também podem ser coletivas que, por sua vez, são as atividades da vida pública. A política, uma demonstração pública, um protesto ou uma revolução são performances desempenhadas por um coletivo. (SCHECHNER, 2006, p. 28).

¹⁵⁰ Há diferenças entre “é performance” e “enquanto performance”. Segundo Schechner (2006, p. 38-49), nem tudo pode ser considerado performance, pois este campo possui alguns limites. Podemos definir que algo “é performance” somente quando a tradição, os usos, as convenções e o contexto social e histórico o definem como tal. As peças, os rituais, os jogos, a vida cotidiana é performance porque este conjunto de elementos dizem que é. Constata que “toda ação é uma performance”, mas essa definição está sujeita a perspectivas culturais e históricas de um determinado período. O teatro é hoje entendido como performance, mas nem sempre foi definido assim. Por outro lado, qualquer evento, comportamento ou ação “pode ser estudada ‘enquanto’ performance”.

amigos, gravamos um vídeo, andamos na rua ou quando cozinhamos, estamos realizando comportamentos que já foram experienciados: os comportamentos restaurados. Neste caso, você pode estranhar esta informação e indagar que toda experiência é única, lembrando das palavras de Heráclito: “ninguém consegue passar duas vezes dentro do mesmo rio”. Os acontecimentos da nossa vida cotidiana são únicos, mas nosso cotidiano “está sendo construído a partir de pequenas parcelas de comportamento rearranjados e moldados de maneira a caber em determinadas circunstâncias”. Schechner (2006, p. 30) destaca, porém, que a performance não se resume à “coisa” em si. Ela ocorre enquanto relação, interação, ação. Não está “em”; está “entre”.

De acordo com Schechner (2006, p. 31), as performances acontecem em oito situações: “1. **na vida cotidiana** – cozinhar, sociabilizar, ‘ir vivendo’; 2. nas artes; 3. nos esportes e outros entretenimentos de massa; 4. nos negócios; 5. na tecnologia; 6. no sexo; 7. nos rituais – sagrados e temporais; 8. **em ação**”. Já suas funções são organizadas em sete categorias: “1. entreter; 2. construir algo belo; 3. formar ou modificar uma identidade; 4. construir ou educar uma comunidade; 5. curar; 6. ensinar, persuadir e/ou convencer; 7. lidar com o sagrado e/ou profano”. (SCHECHNER, 2006, p. 46, grifo nosso). O autor ressalta que pode haver performances para além destas oito situações, bem como uma categoria (a 1, por exemplo) pode abranger as demais. Também pode acontecer de uma única performance abarcar mais de uma função, pois o campo de cada uma delas não é algo rígido e delimitado.

Schechner (2006, p. 49) conclui que no século XXI as barreiras entre “é performance” e “enquanto performance” estão sendo extintas. Isso acontece porque fatores como a internet, a globalização e o campo crescente dos meios de comunicação estão, em todos os níveis, saturando nossos comportamentos. Cada vez mais experiencia-se a vida “como uma série de performances conectadas que quase sempre se sobrepõem”. Ao preparar-se para uma entrevista de emprego, há a escolha do que vestir, como se a ocasião fosse uma festa. Maquia-se. Planeja-se o que é postado nas redes sociais. Interpreta-se sempre um papel de vida, seja como filha, irmã, estudante, amiga ou funcionária. Neste sentido, Ehrenberg (2010) traz para o debate o culto da performance enquanto excelência de desempenho na sociedade contemporânea. Em outras palavras, a exigência de ser sempre o melhor que podemos ser.

Ehrenberg (2010, p. 13) reflete sobre a idolatria do desempenho, entendida por ele como o “culto da performance”, no qual cultua-se o sucesso – o “vencer na vida” –, sendo que esta conquista pode se dar de diferentes formas. O sociólogo francês percebe a performance através de três setores básicos: o empresarial, o esportivo e o do consumo. No setor empresarial, os dirigentes do mundo corporativo transformaram-se em símbolos de sucesso, empreendedores

da própria trajetória. São jovens saudáveis, bem-dispostos, antenados e modernos, capacitados, políglotas e dispo de das qualificações valorizadas pelo mercado. No esporte, os atletas passaram a simbolizar a excelência em si, superando os próprios limites, tornando-se ídolos. O consumo, por sua vez, deixou de ser visto como alienante, passando a representar a parte visível da realização social.

Neste sentido o autor afirma que a origem social não é mais suficiente para constituir a identidade social do indivíduo. Sua imagem está “destituída de toda referência estável”, como as referências políticas, religiosas e, ou familiares. O Estado-providência desmantela-se. (EHRENBERG, 2010, p. 75). Sem tais referências, o indivíduo torna-se autônomo, empreendedor da própria trajetória. Logo, a identidade deixa de ser herdada e passa a ser construída, pois já não mais se constitui através de “pertencimentos coletivos tradicionais”. Tornar-se alguém necessita, então, que se escape de sua condição social, seja ela qual for, fabricando uma identidade por meio da “ação pessoal”, ou seja, por meio de uma performance.

Para Ehrenberg (2010, p. 55) a performance do indivíduo baseia-se na “teatralização de si mesmo”, constituindo uma identidade por meio de “um modelo de conduta personalizado”. O indivíduo torna-se auto realizado a partir de uma auto heroização. Assim, Ehrenberg (2010, p. 69) compreende que a identidade é “o que se constrói em um projeto inteiramente voltado ao futuro por uma performance individual”, na qual o “quem eu sou” mostra-se através de como eu “pareço ser”, como eu me performatizo, como eu me construo, já que a “imagem da minha performance é a única coisa que importa”.

O indivíduo supera-se, encontra o sucesso, quando inventa a si próprio. Singulariza-se ao medir-se e diferenciar-se do outro sem, contudo, estabelecer uma hierarquização, pois este outro é seu igual. Torna-se um indivíduo-trajetória, constituindo “uma história feita de percursos”. Não encara seu passado ou seu futuro como destino, mas como potência daquilo que pode ser. Por ser o autor de sua biografia, o indivíduo encontra sua autenticidade na ambição de “tornar-se a si mesmo, identificar ser si mesmo e ser o melhor” e, por meio desta, conecta sua identidade social com sua visibilidade social.

Enquanto Ehrenberg (2010) entende a performance como “teatralização de si mesmo”, Goffman (2002)¹⁵¹ a analisa como “representação do eu”, mas ambos compartilham percepção

¹⁵¹ De acordo com Bauman (2014, p. 735), Goffman tem uma significativa importância nos estudos da performance, essencialmente pela reflexão sobre a construção do eu e seus papéis sociais na obra *A representação do Eu na vida cotidiana* (2002), fato que o tornou “reconhecido como pessoa chave no desenvolvimento de múltiplas linhas de pesquisa da linguagem na interação social seja na antropologia e na sociologia, seja na linguística”. Especificamente na antropologia, Mitchell (2013, p. 384) conta-nos que o estudo da performance ocorre por meio de duas vias: através da antropologia da performance, onde o foco se dá em eventos performáticos e através da ampliação do trabalho de Goffman (2002) sobre auto representação e construção da identidade social

similar. Para Goffman (apud SCHECHNER, 2006, p. 29), “uma performance pode ser definida como toda e qualquer atividade de um determinado participante em uma certa ocasião, e que serve para influenciar de qualquer maneira qualquer dos participantes”. Goffman (2002, p. 12) compreende como o indivíduo constrói seus papéis sociais¹⁵², representando a si mesmo e construindo um conceito de si em suas interações¹⁵³ face a face.

Para o sociólogo canadense, a vida é um grande palco; os seres humanos, atores sociais, se utilizam das metáforas do teatro em suas representações, de forma consciente ou não. Ele afirma que a “expressividade do indivíduo” é composta por duas expressões: emitida e a transmitida. Esta última ocorre quando o indivíduo se expressa, age e atua de forma consciente. A expressão emitida são as expressões faciais, corporais ou as atitudes involuntárias exercidas pelo indivíduo inconscientemente. A assimetria entre estes aspectos governáveis e não governáveis pode proporcionar uma “prova de validade” àquele que assiste tal representação. O indivíduo só tem consciência de seus aspectos governáveis, mas seu observador tem de ambos. Quando tais aspectos não condizem, a representação é comprometida.

A representação, para Goffman (2002, p. 29-31), é “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença física contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes certa influência”. Quando o indivíduo representa, ele espera que seus observadores o levem a sério. Mas para isso ele precisa dominar sua fachada pessoal e social, definindo a situação. A fachada, neste caso, é o “equipamento expressivo do tipo padronizado intencionalmente ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante a representação”. Uma fachada pessoal é o equipamento expressivo mais íntimo do ator, tais como seus padrões de linguagem, expressões faciais, gestos corporais, atitude, altura, características raciais, idade, sexo, vestuário e profissão. A fachada social, por sua vez, é composta por aparência, maneira e cenário. A aparência são os estímulos recebidos pelos observadores no momento da representação que revelam o status social do ator, a maneira são os estímulos que “informam sobre o papel de interação que o ator espera desempenhar na situação que se aproxima”. Já o cenário é aquilo que compõe o ambiente em que o indivíduo

por meio da performance. Todavia, ao refletir sobre festas, desfiles e iniciação, Mitchell (2013, p. 399) argumenta que não há uma clara divisão entre as performances do cotidiano e os eventos performáticos, uma vez que as transformações que acontecem neste último acabam refletindo no dia a dia daqueles que o vivenciaram.

¹⁵² Um papel social pode ser definido como a “promulgação de direitos e deveres ligados a uma determinada situação social”. Deste modo, ele envolve “um ou mais movimentos, série de oportunidades para o mesmo tipo de público ou para um público formado pelas mesmas pessoas”. (GOFFMAN, 2002, p. 24).

¹⁵³ Goffman (2002, p. 23) esclarece que podemos entender a interação “como a influência recíproca dos indivíduos sobre as ações uns dos outros, quando em presença física imediata”.

está representando, como a decoração, a mobília e sua disposição física, ou outros elementos que se encontram no pano de fundo da representação.

As fachadas podem alterar-se conforme os papéis sociais representados pelo indivíduo. Tomo um pesquisador em um evento acadêmico como exemplo. Durante a explanação de sua pesquisa, ele empregará uma postura mais ereta, procurará pronunciar bem as palavras e falar de forma menos coloquial. Seus gestos serão mais contidos e pensados para fazer sentido durante a apresentação. Poderá, ainda, vestir algo que lhe confira um ar de autoridade, como um blazer, por exemplo. Mas, quando a apresentação se encerra e o pesquisador une-se com seus pares para uma refeição, longe dos olhos e ouvidos dos seus avaliadores e observadores, sente que pode agir de forma mais espontânea, usar uma linguagem mais informal, tirar o blazer.

Entendo que essa representação, assim como todas as outras, é feita de modo idealizado. Ou seja, a representação do indivíduo é “socializada, moldada e modificada para se ajustar à compreensão e às expectativas da sociedade que é apresentada”. Logo, o pesquisador atua da maneira como acredita que seus avaliadores e observadores esperam, bem como de modo condizente com o ambiente no qual se encontra. O pesquisador, enquanto ator, idealiza a situação e representa a partir desta idealização. A plateia, como os avaliadores e observadores, busca discernir se a impressão que o indivíduo tenta causar é ilegítima ou genuína, mentirosa ou válida. A plateia não está interessada em saber se a representação é real, mas sim, se o “ator está, ou não, autorizado a desempenhar o papel em questão”. (GOFFMAN, 2002, p. 40-60).

Sobre a realidade da representação, Goffman (2002, p. 74) esclarece que “a própria vida é uma encenação dramática”. A representação é permanente, seja consciente e planejada, ou inconsciente e espontânea. Podemos ser o que aparentamos, mas isso não significa que as aparências não possam ser manipuladas. Neste viés, o indivíduo pode representar a si de forma consciente, planejada e calculada, objetivando uma determinada resposta de sua plateia. Também pode realizar uma representação planejada, mas de forma não intencional. Isso acontece quando o indivíduo mantém os padrões de aparência e conduta que seu grupo social associa a ele, integrados à sua representação de forma subjetiva.

Goffman (2002, p. 102) organiza a representação em duas regiões: a região de fachada e a região de fundo. A região de fachada é onde a representação acontece – como no exemplo anterior, a sala em que o pesquisador apresenta seu trabalho ou o ambiente do evento de forma geral. Segundo o autor, “a representação de um indivíduo numa região de fachada pode ser vista como um esforço para dar a aparência de que sua atividade nessa região mantém e incorpora certos padrões”. Para isso, o indivíduo se utilizará de polidez (quando representa ao conversar com a plateia) e decoro (quando representa sabendo que pode ser visto ou ouvido pela plateia).

A região de fundo é onde o indivíduo pode abandonar a fachada, descontraí-lo, “abster-se de representar e sair do personagem”. Em outras palavras, é o lugar onde “se passa uma ação relacionada com a representação, mas incompatível com a aparência alimentada por ela”, afirma Goffman (2002, p. 126)¹⁵⁴. Note que há um afrouxamento da fachada, mas esta, bem como as representações, sempre estarão presentes. Como lembra Goffman (2002, p. 223), há vida social até mesmo dentro de casa. Mesmo de forma não intencional, representa-se para proporcionar impressões no outro sobre quem se é. O modo como se fala, age e se consome são “fontes de informação”. Logo, o “eu é um produto” de todas as nossas escolhas.

Por fim, Zumthor (2014, p. 21) lembra que a teatralidade está inserida na ideia da performance e que, no fundo, a literatura é “profundamente teatro”. Ao questionar-se sobre a “ação de ler” destaca, assim como argumento no capítulo 3, que o texto só existe quando há um leitor. Esse leitor pode realizar uma leitura neutra, apenas codificando os grafismos percebidos por meio da visão ou do tato. Contudo, na leitura literária – na qual o autor se foca na poesia – há uma “presença corporal do leitor”. É a partir dessa presença que Zumthor (2014, p. 31-34) chega à ideia de performance, entendendo-a como “constitutiva de forma”, implicando uma competência, um “saber-ser”. Saber esse que comanda e implica uma conduta, uma presença, “uma ordem de valores encarnada em um corpo vivo”. A performance concretiza, realiza, traz algo da virtualidade para a atualidade, é um “ato de comunicação”.

Deste modo, Zumthor (2014, p. 36) entende a leitura literária enquanto performance. Lembra que o hábito de ler é mais do que a “repetição de uma certa ação visual”. Ler implica em um conjunto de disposições psíquicas, fisiológicas e exigências de um ambiente, como uma cadeira confortável, um lugar isolado ou silencioso, composto de maneira particular por cada leitor. Assim, a posição do corpo do leitor durante a leitura será determinada por uma “capacidade máxima de percepção” do texto. Independentemente do que se lê e em que posição se lê, os ritmos sanguíneos do leitor são afetados. Seu corpo é afetado durante a leitura. Zumthor (2014, p. 41) argumenta que a performance geralmente está atrelada a um acontecimento gestual ou oral, mas acrescenta que ela também acontece durante a percepção do texto por parte do leitor, mesmo essa percepção sendo muda e visual. Por isso reclama a “necessidade de reintroduzir a consideração do corpo no estudo da obra”.

¹⁵⁴ Um exemplo disso é quando o pesquisador encontra seus pares para uma refeição descontraída, após sua apresentação no evento. Isso se dá porque “os indivíduos afrouxam a manutenção rigorosa da fachada quando se encontram em companhia daqueles que conhecem há muito tempo e estreitam sua fachada quando estão entre pessoas conhecidas recentemente. (GOFFMAN, 2002, p. 204).

Compreendendo a leitura – diálogo entre texto e leitor – enquanto performance, Zumthor (2014) menciona as percepções de Iser (1999) apresentadas no capítulo 3. Para este, a estética literária se dá a partir da maneira pela qual o texto é lido pelo leitor. A leitura, assim, além de diálogo, é criação e absorção. O texto é potência de produtividade. Sobre tal aspecto, Chartier (1999a, p. 19) afirma que cada leitor “produz uma apropriação inventiva da obra ou do texto que recebe”, logo, a leitura é produção de significado, invenção, apropriação.

Tal como argumenta Michel de Certeau (2011), lembra Chartier (1999a), todo consumo cultural é uma produção. Zumthor (2014, p. 53-66) acrescenta que a produtividade do texto atrelada a um “conjunto de percepções sensoriais” gera um prazer. “O texto vibra; o leitor o estabiliza, integrando-o àquilo que é ele próprio. Então é ele que vibra, de corpo e alma”. O corpo do leitor reage ao objeto livro. A voz do leitor mistura-se virtualmente com a voz do escritor. É desta relação que advém o prazer do texto, um prazer que necessariamente transcende à sua “ordem informativa”. Quando o leitor “ouve” e lê o texto, está em copresença com seu autor, participa da obra, gerando um prazer: “esse ato único é a performance”. Na performance da leitura está a materialidade do livro, a presença e a ausência do leitor, quando este cede lugar à voz do autor. A partir disso, a percepção do texto é “profundamente presença”. Quando percebe-se lendo, o leitor suscita uma presença em si. Presença essa que “se move em um espaço ordenado para o corpo, e, no corpo, rumo a esses elementos misteriosos”. (ZUMTHOR, 2014, p. 78).

Em suma, compreendo que a performance é uma ação, constitui nossa identidade na qual o “eu” é um produto composto, também, pelas escolhas que fazemos; é o modo como nós nos representamos, sendo interpretados pelos outros. Com Schechner (2006) percebo que a vida cotidiana é uma das oito situações nas quais a performance acontece, intuindo que as performances são únicas, mas formam-se por meio da combinação de comportamentos restaurados utilizados em sete diferentes funções. Ehrenberg (2010) elucida como fabricamos nossa identidade através de uma performance voltada para o futuro, tornando-nos autônomos e singulares em uma época em que instâncias como família, religião e política são insuficientes para dizer ao outro quem somos.

Goffman (2002) esclarece como a performance acontece e quais são os elementos que a constituem, tais como expressões, fachadas e cenários. Zumthor (2014), por fim, mostra como a leitura pode ser apreendida enquanto performance, ao ressaltar a relação corporal e sensorial entre livro e leitor. Deste modo, delimito meu interesse no estudo da performance que acontece na vida cotidiana, mais precisamente, nas relações e interações sociais que podem ser

observadas no YouTube. A partir disso, foco na performance de gosto, entendendo as ações cotidianas no campo do consumo.

4.2.1 Performance de Gosto

O gosto possui caráter distintivo e atua como elemento constitutivo de mapas sociais¹⁵⁵, nota Bourdieu (2013, p. 9) ao propor que as necessidades culturais dos indivíduos são produtos de sua educação, estritamente ligados ao seu nível de instrução. Neste caso, a hierarquia existente dentro das artes, tais como escolas, épocas ou gêneros, estaria em simetria com a hierarquia daqueles que a consomem. Tal relação mostra, para o autor, como o gosto atua enquanto um marcador privilegiado da classe. O gosto classifica aquele que classifica. Distingue os indivíduos a partir de suas percepções sobre o que é feio e belo, vulgar e distinto.

A “ciência do gosto”, proposta por Bourdieu (2013, p. 42), descobre as relações que unem as escolhas de determinadas pessoas, relações estas que poderiam ser incomensuráveis a partir de um olhar naturalizado, mas que foi pensado e conceituado pelo autor. Contudo, mostra uma distinção entre o “gosto puro” e o “gosto bárbaro”, alegando que nada distingue tão rigorosamente diferentes classes quanto a disposição para o consumo de “obras legítimas”, a partir da “aptidão para adotar um ponto de vista propriamente estético a respeito de objetos já constituídos esteticamente”. Tal “disposição estética” é entendida pelo autor como uma “expressão distintiva”, ao mostrar uma posição de privilégio na esfera social.

Bourdieu (2013, p. 216) constata que o gosto pode ser entendido como a manifestação de preferências, como aptidão e propensão “para a apropriação”, como um “sistema de classificação constituído pelos condicionamentos associados a uma condição situada em determinada posição no espaço de condições diferentes”. Todavia, constitui-se essencialmente por aversão e repulsa àquilo que não se gosta, ou seja, o horror ao gosto do outro. Neste caso, Bourdieu (2013) nota que a única função das classes populares seria de atuarem como uma oposição estética, como contraste.

Há uma estreita relação entre as práticas culturais e as origens sociais, na percepção de Bourdieu (2013, p. 164). Tal relação se procede a partir de dois caminhos: dos efeitos de inculcação das condições sociais e da família e por meio da trajetória social. As práticas

¹⁵⁵ Para Bourdieu (2013, p. 162), o espaço social é uma “representação abstrata, produzida mediante um trabalho específico de construção e, a maneira de um mapa, proporciona uma visão panorâmica, um ponto de vista sobre o conjunto dos pontos a partir dos quais os agentes comuns - entre eles, o sociólogo ou o próprio leitor em suas condutas habituais lançam seu olhar sobre o mundo social”.

culturais originam-se a partir do *habitus* que, por sua vez, atua como “sinais distintivos”. O *habitus* é uma “estrutura estruturante”, pois “organiza as práticas” e suas percepções, mas também é “estrutura estruturada”, uma vez que atua como o “princípio de divisão em classes lógicas que organiza a percepção do mundo social e, por sua vez, o produto da incorporação da divisão em classes sociais”.

A posse de bens e as condições financeiras não atuam na distinção entre os indivíduos, e sim, o *habitus*, o estilo de vida, o gosto. Neste caso, são esses elementos que elucidam, para o autor, por que pessoas com a mesma renda consomem coisas diversas, investem seus recursos em diferentes esferas, essencialmente, quando tais indivíduos consomem cultura. As classes privilegiadas refutariam as coisas fáceis, sem profundidade, de fácil decifração, e com propensão à alienação, consumindo coisas complexas e densas. Isto é, refutariam o gosto grosseiro e vulgar, alinhando-se ao gosto entendido como “puro”. A questão problemática e revista na teorização de Bourdieu (2013) é o determinismo social que orientaria o consumo e o gosto. O capital cultural, para além do capital econômico, atua como elemento central para a distinção entre as classes porque traduziria competências para julgar aquilo que é de bom ou mau gosto na concepção do autor.

Hennion (2011) propõe que a sociologia do gosto, proposta essencialmente por Bourdieu (2013), abriu caminhos para mensurar o que era incomensurável. Reintroduziu definitivamente no campo da sociologia o estudo do gosto e das práticas culturais, relacionando-as com fatores determinantes e condições sociais. Entretanto, reflete sobre a pragmática do gosto¹⁵⁶ afastando-se da sociologia do gosto, uma vez que esta é uma concepção crítica na qual o gosto é entendido como um “jogo social passivo”, reduzindo suas práticas a determinantes sociais¹⁵⁷.

Na visão do autor, sociologia do gosto não leva em consideração o amador – aquele que ama, aquele que gosta¹⁵⁸. A pragmática do gosto, ao nos tirar de um mundo dual e nos inserir em um mundo de efeitos, de mediações e de vínculos afetivos, trata os amadores com mais respeito, entendendo-os como produtivos e ativos, dotados de competências, transformando

¹⁵⁶ Sobre a palavra “gosto”, Hennion (2007, p. 3) lembra que este deve ser percebido também enquanto amor, mania, hábito, prática, paixão, pois a “pluralidade do vocabulário indica a variedade de configurações possíveis da ligação” entre o amador e o objeto amado.

¹⁵⁷ Hennion (2010, p. 26) afirma que o “problema das desigualdades culturais e do acesso desigual às obras ocultaram a produção das obras em si como repertório acessível”. Além disso, não acredita que a dimensão social determina tudo.

¹⁵⁸ A origem da palavra amador, etimologicamente, refere-se a “alguém que faz alguma coisa por amor a ela”. (SHIRKY, 2011, p. 68). Contudo, a palavra “amador” é empregada por Hennion (2011) tanto no sentido de quem ama alguma coisa, que possui uma ligação com esta quanto no sentido de alguém que é apreciador, praticante não profissional. O amador é aquele que tem um “desenvolvimento apaixonado de suas competências”. (HENNION, 2007, p. 3). Deste modo, o autor também se refere a estes como fãs, intitulando os amadores de aficionados.

gostos e performances, obras e objetos. Sua compreensão vem de baixo, a partir do entendimento do “longo trajeto que produziu a realidade estudada”, e não de cima, a partir de disciplinas que “se debruçam” sobre o objeto. Assim, o pesquisador não se contenta em observar o gosto de fora, mas através da visão dos próprios amadores. Ele precisa e deve ser um amador. (HENNION, 2010, p. 32).

O gosto é “uma modalidade problemática de ligação com o mundo”, constata Hennion (2011, p. 253). É uma “atividade reflexiva” em que o amador produz suas competências e um “repertório de objetos” que valoriza. Ao perceber o gosto como uma “atividade reflexiva”, o pesquisador resgata a importância dos objetos de apoio do gosto, dos procedimentos e dos formatos elaborados, empregados e discutidos coletivamente pelos amadores, assim como suas capacidades criativas e não somente reprodutivas. Quando se investe no caráter performático e pragmático das práticas culturais, evidencia-se a capacidade dos amadores de criar e transformar sensibilidades, ao invés de reproduzir em silêncio uma ordem já existente. Deste modo, o pesquisador compreende o que sucede por meio das ligações que o gosto estabelece com o mundo, o que se produz em relação aos coletivos, aos objetos, “às relações com os outros e consigo, e aos próprios amadores”, entendendo o gosto não como algo estático, mas como algo que é construído – ou desconstruído – analiticamente.

Utilizando o gosto pela música e pelo vinho como base empírica compreendida por meio da etnografia, Hennion (2011, p. 257) estipula algumas “regras de métodos” para tal pesquisa: “respeitar a especificidade do objeto”; não entendê-lo como algo dado; “interessar-se sistematicamente pelas mediações por meio das quais as relações [...] reais passam em sua diversidade histórica e geográfica”; e “analisar os lugares e os cenários, os dispositivos e as condições concretas da performance [...] como partes integrantes” do objeto que se gosta.

Hennion (2011, p. 259) ressalta que aplica a ligação entre o mundo, o gosto e os amadores à “análise do uso, e não da recepção”. Neste viés, a pragmática do gosto oferece uma nova forma de interpretação, na qual o “explicado se torna aquilo que explica”. Assim, se restabelece “a natureza performativa da atividade do gosto ao invés de fazer dela uma constatação”. Para o sociólogo, “degustar é uma performance: é algo que age, que engaja, que transforma, que faz sentir”. Por isso o foco não é apenas o objeto (o livro, por exemplo) ou somente aquele que faz alguma coisa com esse objeto (os leitores), mas sim, o que se faz desse objeto (hábitos e práticas de leitura, consumo, relações, desafios, etc) a partir dele.

Meu interesse é na relação entre aquele que degusta e o objeto degustado a partir da atividade do gosto. Analiso, então, os gostos, as ligações, “os modos de fazer e os prazeres do amador como uma atividade em si mesma e uma competência elaborada, capaz de autocrítica,

em vez de ver nela apenas o jogo passivo da diferenciação social”. (HENNION, 2011, p. 261). Para a sociologia do gosto, os amadores são passivos; para a pragmática do gosto são produtivos e ativos. Através da performance, o amador produz o objeto tanto quanto o objeto produz o amador.

O gosto se revela na incerteza, nas variações, no “aprofundamento dos efeitos” do objeto. É produzido, é “tentativo”. Não é algo dado, pois revela-se na performance de quem degusta, desempenhada com apoio em treinamentos corporais, técnicas e testes. Por consequência, o efeito, o prazer e o gosto não são “atributos automáticos dos objetos”, mas sim, o “resultado reflexivo de uma prática corporal, coletiva, instrumentada, regulada pelos próprios métodos incessantemente rediscutidos”. A reflexividade é uma noção chave para a performance de gosto, atuando como “modalidade central da atividade dos próprios amadores e como método necessário ao sociólogo para dar conta de tal atividade”. (HENNION, 2011, p. 265). Em outras palavras, o gosto pode ser entendido como um “dispositivo reflexivo e instrumentado para pôr a prova” as sensações do amador. (HENNION, 2010, p. 27). Ao perceber a reflexividade do gosto, o pesquisador entende que este é exercido por meio de vínculos afetivos, conectando através do afeto o objeto, o amador, o coletivo, os modos de fazer, as técnicas, enfim, todas as variedades do gosto, todas as formas de prática comum¹⁵⁹.

A forma mais clássica do amador exercer a reflexividade é através da verbalização e da escrita, dominando e utilizando um “vocabulário específico” para relatar as suas comoções. É por intermédio de “expressões altamente codificadas” – que não são puramente imagéticas ou técnicas – que o gosto é equipado, identificado e compartilhado com os outros. Sobre este aspecto, Hennion (2007, p. 9) constata que muitas vezes os amadores verbalizam seu gosto de uma forma similar a um viciado em drogas ou com expressões relativas à sexualidade. Para o autor, isso não é uma mera metáfora, mas um modo de expressar a capacidade de “ser levado pelo sublime”, de ter “acesso à paixão que não pode ser descrita em palavras porque transcende completamente a visão excessivamente estreita de aceitar o sentimento de prazer”.

A partir disso, Hennion (2011, p. 265) propõe aos pesquisadores um “quadro vazio” composto por quatro elementos que constituem a base que as ligações do gosto mobilizam. São eles: “o objeto degustado, o coletivo dos amadores, dispositivos e condições de degustação, e

¹⁵⁹ Empregando o vinho como exemplo, Hennion (2011, p. 263-264) esclarece que o caráter reflexivo empregado na performance difere aquele que bebe vinho daquele que “bebe vinho”, entre aquele que gosta de vinho e aquele que “gosta de vinho”. O primeiro apenas ingere a bebida; o segundo degusta, cheira, pausa, percebe a si mesmo ao beber, reflete sobre o que está bebendo. É a reflexividade que difere o amador, podendo ser exercida de modo consciente ou não. Aquele que reflete sobre o vinho e percebe que gosta de vinho, não gosta por acaso. Ele desloca-se brevemente de si para adentrar na degustação, uma atividade que tem “um passado e um espaço balizados por seus objetos, por seus participantes, seus modos de fazer, seus lugares e momentos, suas instituições”.

o corpo que experimenta”. O objeto é aquilo que desperta interesse no amador, que existe para ser provado, degustado; que se revela no e pelo gosto e que é indissociável da história e da atividade coletiva que o faz um objeto com o qual o amador se liga. É tanto o alvo desse gosto, desse amor, quanto seu suporte material, de formas, de coisas, de utensílios e de “meios cuja consistência e durabilidade permitem ao gosto organizar-se em torno” dele. O “objeto de amor” do amador é composto por um conjunto, isto é, o amador não gosta apenas de uma determinada música, mas também do “chiado do disco”, das obras que deseja, das obras antigas, dos gêneros, dos estilos, do repertório, do “ambiente da sala”, do “som de um instrumento”, etc.

Através do coletivo dos amadores percebo que o gosto se baseia no gosto no outro, seja de forma positiva ou negativa. O gosto não se revela sozinho, mas no contato, advindo do contraste com o gosto do outro. O coletivo, dessa forma, é seu ponto de partida. Alguns amadores experientes são modelos para os amadores iniciantes, outros atuam como contraste ou como base de gostos do passado. Os objetos se revelam na sensibilidade de quem os sente, apoiar-se nas sensibilidades do outro é uma maneira de antecipar suas próprias inclinações, obtendo “algumas garantias ao delegar parcialmente o próprio julgamento àqueles que possuem mais experiência”.

O gosto não é uma relação face a face entre o sujeito e o objeto, tal como proposto pela crítica sociológica. Entre o gosto e o amador há uma “multidão de dispositivos materiais e espaciais, uma organização temporal minuciosa, os arranjos coletivos, os objetos e os instrumentos de todos os tipos, um amplo leque de técnicas para gerir tudo isso”. (HENNION, 2011, p. 268). Dispondo do gosto como performance, como uma prática mediada, clarifica-se que este é uma atividade coletiva, situada, instrumentada e equipada. O amador sente prazer, emoção, satisfação no contato com o objeto, tais sentimentos são suportes do gosto, formas privilegiadas de discutir, comentar, enunciar, aumentar, melhorar ou contestar suas características. Com a ideia de mediação, Hennion (2010) ressalta que os meios que nos permitem captar os objetos (o livro, o vídeo, a resenha, a conversa, a prática coletiva) também participam dos efeitos produzidos por este. Tal como ressalta Zumthor (2014), o corpo do leitor reage à obra – objeto e conteúdo – alcançando o prazer por meio das percepções proporcionadas pelos sentidos.

O gosto é, assim, uma atividade “corporada”. É engajamento da alma e do corpo nas emoções dos amadores ou na “experiência artística”. Um corpo desconhecido que se revela para o sujeito e para si à medida que interage com os objetos, que desenvolve o treinamento das “práticas repetidas” que o tornam mais sensível, mais hábil, mais apto “ao que se passa”. O corpo torna-se pronto para sentir, para degustar, adquirindo capacidades para reconhecer

“aquilo que os outros reconhecem e de partilhar com outros corpos os efeitos sentidos”. Em outras palavras, o corpo que gosta e o objeto amado atuam em uma coprodução por meio de uma atividade instrumentada e coletiva. Atuando como suporte mínimo de nossas sensações, o corpo nos possibilita o contato, o sentido, a apreensão dos objetos. (HENNION, 2011, p. 270).

Por conseguinte, a performance de gosto pode ser entendida como uma mobilidade problemática para exercer e entender a relação entre o amador e o mundo por meio do objeto amado. Ao contrário de Bourdieu (2013), que classifica o gosto e, deste modo, separa os amadores como atores passivos de um sistema entre melhores e piores, Hennion (2007, 2009, 2010, 2011) coloca-se ao lado da reflexividade, onde o gosto é cultivado e ponderado a partir do momento em que se reflete sobre aquilo que se gosta. O gosto é ação, acontece na relação entre o amador e o objeto, relação esta que é circundada por diversos elementos que a complementam; refletida, usufruída, sentida e dialogada em conjunto. Retomo a noção de performance de gosto no próximo capítulo, compreendo sua expressão nas redes sociais com o auxílio de Serrano-Puche (2012), boyd (2007) e Liu (2008).

Ao finalizar este capítulo, ressalto que pensar a relação entre consumo e leitura leva-me a pensar, também, o âmbito econômico em que a cultura e, por conseguinte, o livro está inserido. Isso porque, para compreender o consumo cultural e o mercado editorial, é imprescindível observar o seu contexto. O livro – assim como outros elementos consumidos por *booktubers*, tais como filmes, séries e músicas – está inserido na lógica do mercado através da Indústria Cultural. Deste modo, no próximo item, além de compreender brevemente o livro enquanto mercadoria, também problematizo o consumo cultural, ou seja, o consumo de produtos que estão inseridos na economia da cultura.

4.3 Economia da Cultura e Indústria Cultural

Pensar a relação da economia com a cultura não é torná-la mera mercadoria, mas entender tal relação por meio de seus recursos, acessos e produção. É entender como a cultura produz renda, gera emprego, desenvolvimento econômico e social para um país, além do desenvolvimento cultural, criativo e intelectual daqueles que a consomem. Deste modo, a economia da cultura é percebida como “uma atividade econômica que não depende de recursos esgotáveis [...] e utiliza como insumos básicos a criação e a inovação”. (LOPES, 2014, p. 5). Seu desenvolvimento se deu, de acordo com Benhamou (2007, p. 18), através da contribuição de três fatores: a possibilidade de gerar empregos e renda, a necessidade de avaliar as decisões culturais e, “no plano teórico, a evolução da economia política para campos novos”. Nesta área,

reflete-se sobre os “tomadores de decisões” e suas escolhas em como alocar recursos de forma racional, justificando-as perante os cidadãos, assim como o “impulso agressivo da concorrência internacional sobre os mercados de bens e serviços culturais”. (TOLILA, 2007, p. 19).

Não faz muito tempo que a cultura passou a figurar no ramo da economia. Para os economistas, a cultura escapa-lhes do modelo mercadoria-tipo, pois “o que constitui sua definição – a qualidade artística – responde a uma avaliação subjetiva e não a uma medida cuja universalidade poderia ser consensual”. Os bens culturais não podem ser hierarquizados ou classificados. Além disso, tanto os bens culturais produzidos pela indústria cultural – livros, música, cinema, videogames, etc – quanto os bens culturais ofertados pelas políticas públicas – museus nacionais, espetáculos ao vivo, monumentos patrimoniais, etc – não se enquadram na categoria de mercadoria da economia padrão, isto é, “sua compra e seu consumo não destroem nenhuma de suas propriedades e não fazem desaparecer a possibilidade de um consumo mais amplo ou posterior”. (TOLILA, 2007, p. 29).

A mercadoria, na teoria padrão, é um bem exclusivo e privado. Tal modelo não se aplica aos bens culturais. Conforme Benhamou (2007, p. 29), tais bens podem ser coletivos, pois “nada impede que vários visitantes de um museu sintam prazer ao mesmo tempo na contemplação de um quadro”, a não ser que a sala esteja lotada de pessoas. Como os bens culturais não são classificados e hierarquizados, a atribuição de valor também se torna subjetiva, dependendo principalmente de “convenções sócio históricas”, essencialmente definidas pelas instâncias de legitimação, tal como mencionado anteriormente.

Foca-se, então, na questão da originalidade, formada por três critérios essenciais: autenticidade, unicidade e novidade¹⁶⁰. Todavia, a lógica da oferta e o contexto da incerteza estão sempre presentes no contexto dos bens culturais¹⁶¹. Os editores de livros, por exemplo, sabem que lançarão no mercado algumas obras que não cobrirão os próprios custos. Muitos, para evitar o risco, publicam obras e autores já consagrados ou tendências de sucesso. Para evitar o risco e sair do sistema de venda “mais do mesmo”, se faz necessário pensar e

¹⁶⁰ No primeiro critério, “um objeto de arte é autêntico quando provém do trabalho de artistas e exclui ao máximo a divisão do trabalho”; no segundo, “um objeto de arte deve ser único ou, no mínimo, raro”; e no terceiro, “a história da arte torna-se aqui uma pedra angular indispensável para saber julgar em termos de inovações reais”. (TOLILA, 2007, p. 31).

¹⁶¹ A incerteza está presente em praticamente em todos os ramos da economia da cultura. Lopes (2014, p. 30, grifo do autor) destaca que no cinema, por exemplo, para evitar o risco de erro, os filmes americanos “trabalham a partir de fórmulas de sucesso e exploram as experiências bem-sucedidas, implementando apenas novos efeitos especiais e pequenas alterações de roteiro”. No Brasil, a maioria das produções do selo Globo Filmes segue a “linguagem da televisão já aceita pelo público, com atores reconhecidos e com temáticas já testadas na televisão, por exemplo: *Os Normais* e *Cilada*”. Já no setor editorial, tenta-se diminuir os riscos com a publicação de *best-seller*, por exemplo.

compreender o consumidor. Este, para se orientar dentro da diversidade dos bens culturais, baseiam-se cada vez mais nas informações que podem obter acerca da qualidade de tais bens.

Para Tolila (2007, p. 33), essas informações advêm principalmente da publicidade, da opinião dos especialistas, das entrevistas com o autor/artista, da imprensa especializada, das conversas entre amigos e do debate geral em que tal bem está inserido. Nesta pesquisa, mostro que a conversa entre amigos está tomando uma ampla proporção, influenciando cada vez mais tanto o mercado editorial quanto as escolhas dos leitores. A *booktuber* Tatiana Feltrin¹⁶² comenta: “*eu sei, como os meus colegas que fazem vídeo também sabem, que a gente consegue criar uma certa movimentaçãozinha ao redor de determinados livros com os nossos vídeos, então de certa forma a gente acaba interferindo no mercado editorial*”.

Apesar de a economia da cultura não possuir uma definição e uma delimitação precisa sobre o seu campo, Gorgulho et al. (2009, p. 303, grifo nosso) destaca que, de uma forma geral, esta é formada por quatro áreas: 1. Artes Visuais, performáticas e patrimônio/herança, 2. **Indústria Cultural**, 3. Indústria e Atividade Criativa e 4. Indústria Criativa relacionada¹⁶³. Lopes (2014, p. 34, grifo nosso) nota que, neste viés, o escopo da economia da cultura pode ser dividido em dois setores: setor cultural e setor criativo. O setor cultural é composto por “setores não industriais” e “setores industriais”. O primeiro produz “bens e serviços não reproduzíveis dirigidos ao consumo no local” – uma exibição, um concerto, uma feira de arte. Trata-se do campo artístico (artes visuais; o mercado de antiguidades e das artes; as artes performáticas; e o patrimônio, incluindo arquivos, sítios arqueológicos, centros históricos, museus e **livrarias**).

O setor industrial, por sua vez, “inclui os produtos culturais objetivando a reprodução, disseminação e exportação em massa”, tais como **livros**, CD’s de música, filmes. “Essa é a ‘indústria cultural’ propriamente dita, incluindo filme e vídeo, videogames, música, livros e publicações impressas”, ressalta Lopes (2014, p. 35, grifo nosso). No setor criativo, a cultura transforma-se no “*input* criativo na produção de bens não culturais”. Este setor abrange atividades como a propaganda, a arquitetura e o design – de produto, de moda, de interiores.

Como afirmei anteriormente, o livro está inserido na economia da cultura através da Indústria Cultural. Segundo Tolila (2007, p. 34), tal indústria é regida pela lógica de que os

¹⁶² Disponível em: <<https://youtu.be/L9rJJMaDVPM>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

¹⁶³ Segundo Gorgulho et. al (2009, p. 303, grifo nosso), “o núcleo do modelo é formado pelas artes visuais (artesanato, pintura, escultura e fotografia), artes performáticas (teatro, dança, circo e festivais) e patrimônio/herança (bibliotecas, acervos, museus e sítios arqueológicos). O primeiro círculo diz respeito às indústrias culturais (cinema e vídeo, TV e rádio, videogames, música gravada e ao vivo, **livros** e imprensa), e o segundo contempla as indústrias e atividades criativas (arquitetura, design e propaganda)”. A indústria cultural relacionada, por sua vez, é composta por “um amplo conjunto de atividades: produção de software, de PC, de MP3 player, de celulares”.

processos industriais se aplicam aos “protótipos da criação artística e cultural”. O primeiro a perceber essa relação – com uma visão negativa – foi Walter Benjamim, em 1935. Posteriormente, Adorno e Horkheimer, teóricos da Escola de Frankfurt¹⁶⁴, na sua principal obra *A Dialética do Iluminismo* (1985), produzida em 1944, refletiram sobre a Indústria Cultural também com uma visão negativa, mas com um ângulo filosófico e ideológico. Através de seus escritos é que se origina e se dissemina o termo, tornando-se um “conceito central para os estudos culturais e para as análises de mídia”.

Para Adorno e Horkheimer, a Indústria Cultural revela a cultura transformada em mercadoria por meio do sistema econômico e social através do qual o consumo é massificado. Rüdiger (2002, p. 138) esclarece que o conceito não se refere à televisão, computadores ou imprensa, mas sim, a uma “prática social, através da qual a produção cultural e intelectual passa a ser orientada em função de sua possibilidade de consumo no mercado”. A questão é que, para os teóricos, não só a arte, a literatura e o conhecimento são transformados em “produtos de consumo”, como também a própria sociedade. Tudo isto passa a ser consumido e negociados como “bens cada vez mais descartáveis”. (RÜDIGER, 2002, p. 139). Neste aspecto, com a sociedade transformada em mercadoria, Adorno (1985, p. 295) salienta que a Indústria Cultural “impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente”. (RÜDIGER, 2002, p. 142).

Diferentemente desta visão, em uma abordagem atual, a Indústria Cultural é entendida como “uma indústria cujos bens, os bens culturais, são de natureza distinta, devendo ser avaliados pelo seu valor simbólico e não pela sua utilidade”. (LOPES, 2014, p. 12). De forma mais clara, as

[...] **indústrias culturais** podem ser definidas como os setores que lidam com produção, distribuição e consumo de produtos cujo valor econômico é constituído principalmente pelo seu **valor cultural**. Incluem a produção de produtos culturais tradicionais nas artes visuais, no teatro, na música e na **literatura**, bem como a produção contemporânea de conteúdo em multimídia, softwares, jogos de computador; atividades tais como design (gráfico, web, móveis, moda, etc.) e arquitetura, requerendo capacidade e habilidade. Somem-se a isso reprodução, publicação, distribuição e exibição (em museus, galerias, etc.) de todos esses produtos — bem como o seu *marketing* através da propaganda —, consumo e comércio de produtos/conteúdo cultural (teatro, cinemas, **livrarias**, lojas de discos, etc.), que também constituem indústria cultural. (LOPES, 2014, p. 12, grifo nosso).

¹⁶⁴ Rüdiger (2002, p. 131) explica-nos que “chama-se de Escola de Frankfurt ao coletivo de pensadores e cientistas sociais alemães formados, sobretudo, por Theodor Adorno, Max Horkheimer, Erich Fromm e Herbert Marcuse”. Cada teórico advinha de uma área; o que os unia, segundo Rüdiger (2002, p. 132), era “o projeto filosófico e político de elaborar uma ampla teoria crítica da sociedade”.

A partir do início dos anos 80, a Indústria Cultural passou por transformações, tanto no seu campo quanto em suas lógicas e estruturas de funcionamento e produção. O seu campo “engrossou e se polarizou”, pois ao lado do cinema, do livro e da imprensa, “o setor fonográfico adquiriu um lugar crescente em razão de um forte desenvolvimento geral das práticas musicais”. A partir de tais constatações, Tolila (2007, p. 54) ressalta que nas sociedades modernas o acesso à cultura “passou a ser feito maciçamente por intermédio dos produtos culturais e não mais exclusivamente pelo contato direto com a criação artística em determinado lugar”.

As novas gerações também estão potencializando e modificando o modo como nos relacionamos com a cultura. Percebe-se aqui um distanciamento da cultura tida como “intelectual” e a adoção da “cultura do quarto”¹⁶⁵, possibilitada principalmente pelo YouTube, além de uma precoce relação com as tecnologias digitais. As evoluções tecnológicas também estão transformando o consumo cultural, uma vez que “as indústrias culturais são mais sensíveis às evoluções tecnológicas do que todas as outras porque, na maioria das vezes, as inovações da técnica provocaram e condicionaram o surgimento e a própria existência dessas indústrias em particular”. (TOLILA, 2007, p. 55). O mercado editorial, ao integrar a Indústria Cultural, também reflete tais mudanças sociais e tecnológicas.

4.3.1 Mercado Editorial

Após a invenção de Gutenberg ninguém sabia ao certo como inserir no mercado os livros¹⁶⁶ que eram reproduzidos em massa. Primeiramente seguiu-se a lógica de comercialização dos manuscritos. Estes, sendo um produto artesanal, eram vendidos como atualmente vende-se uma obra rara, ou seja, o “mercado dos manuscritos era principalmente um mercado de segunda mão”. (MCLUHAN, 1972, p. 183). O livro, no final do século XII, era percebido como objeto de comércio de alto valor, tanto que aqueles que emprestavam dinheiro os aceitavam como caução. Nesta fase, o custo e o ritmo de produção do livro “engrandeciam os leitores com uma sensação de privilégio por possuírem algo único”. Já na época pós-Gutenberg, “pela primeira vez na história centenas de leitores possuíam exemplares idênticos do mesmo livro”. (MANGUEL, 1997, p. 271).

Quando o mercado passou a consolidar-se não se distinguia os editores, livreiros e impressores. A venda e a fabricação dos livros eram realizadas de duas formas: pelos

¹⁶⁵ A cultura do quarto será compreendida no capítulo 5 – Conectar.

¹⁶⁶ Para melhor compreensão do mercado editorial, recomendo a leitura de John B. Thompson (2013) e Jason Epstein (2002).

vendedores itinerantes e feirantes ou pelos livreiros. O livreiro passa a ser considerado um editor em 1730, quando esse sabia discernir e escolher obras de qualidade. Para a Livraria Lello, “o livreiro é a alma de uma livraria” e, segundo Sr. Domingos, seu livreiro, esta arte consiste em: “conhecer de memória o catálogo da casa, saber reconhecer edições cuidadas e livros raros, ter trato certo no relacionamento com os clientes, saber aconselhar-se bem junto de clientes cultos que possam fornecer pistas sobre autores a encomendar e saber vender bem”¹⁶⁷. Já os feirantes tiveram importante papel na difusão do hábito da leitura, levando os livros até leitores com poucos recursos financeiros. (HORELLOU-LAFARGE; SEGRÉ, 2010, p. 36).

Graças ao aumento da renda, à diminuição do tempo de trabalho e do analfabetismo, a demanda de leitura cresceu, principalmente na França. (HORELLOU-LAFARGE; SEGRÉ, 2010). O mercado editorial passou a satisfazer o gosto de uma clientela cada vez mais diversificada. As livrarias multiplicaram-se, apresentando suas principais obras em vitrines; multiplicam-se também as barracas de livros, os sebos, as livrarias nas rodoviárias, etc. Conforme o mercado era definido, a literatura também passava para o papel de mercadoria. (MCLUHAN, 1972, p. 366). Segundo Horellou-Lafarge e Segré (2010, p. 42), uma das consequências desta mudança é que o livro passou a ser um produto industrial, “que alguns dizem ter dificuldade em distinguir dos bens de consumo corrente, cuja característica é serem intercambiáveis, fabricados de acordo com a demanda, em prejuízo da criação literária e artística”. Isto porque o editor passa a não se preocupar tanto com o talento do autor, mas em sua capacidade de vender muito e rápido.

Apresentando o contexto atual do mercado editorial, principalmente nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha, Schiffrin (2006) relata que apenas cinco corporações controlam 80% dos livros que são editados e vendidos nos Estados Unidos. Um de seus maiores temores é que as editoras e livrarias independentes desapareçam. Muitas editoras e grupos editoriais estão sendo acoplados a grandes núcleos da indústria da comunicação, tornando-se apenas mais um caminho para o lucro. Quando as editoras começaram a serem vendidas, o objetivo de publicar obras relevantes foi sendo dissipado gradativamente em detrimento do valor que cada livro poderia gerar. O mercado editorial mundial mudou mais nos últimos 10 anos do que em todo o século XX, constata Schiffrin (2006, p. 24). De editoras familiares e pequenas, o mercado passou a ser comandado por grandes empresas, tornando as editoras “fornecedores de entretenimento ou produtos de informação”. O editor ligado à vida cultural e intelectual tornou-se um homem de negócios.

¹⁶⁷ Informações que constam no *Guia de Visita* da Livraria Lello, que ganhei ao visitar a livraria durante o período do doutorado-sanduíche. Sobre a livraria e a visita, ver mais em: <<http://goo.gl/Zuryyc>>.

Uma das consequências da aniquilação das pequenas editoras e da busca apenas pelo lucro é o comprometimento da “bibliodiversidade” do mercado editorial. Prezando por seus salários, seus nomes e o lucro da editora, os editores passam a publicar “mais do mesmo”, colocando no mercado obras que possuem grande potencial de vendas – geralmente os *best-seller* – ou que foram escritos por pessoas de renome, abstendo-se de publicar obras diversas, livros desafiadores ou autores desconhecidos¹⁶⁸, conforme destacado anteriormente.

Outra consequência da busca pelo lucro foi o aumento exponencial do preço do livro nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha. Um livro que custava entre 65 centavos e 1,25 dólares, passou a custar cerca de 10 dólares ou mais. Com o aumento, o lucro da editora estava garantido, mas muitas pessoas não poderiam mais adquirir uma obra. Ou seja, poucas pessoas comprando livros; poucas pessoas decidindo quais livros seriam comprados. Para Schiffrin (2006, p. 153), não há livre mercado ou livre competição no mercado editorial norte-americano, mas sim, “uma situação clássica de oligopólio tendente a monopólio”. Situação que não afeta apenas os Estados Unidos, mas o setor editorial mundial, uma vez que as publicações de língua inglesa se tornam referências para outros mercados.

Atualmente, o cenário do mercado editorial no Brasil apresenta desenvolvimentos e impasses. A difícil logística de distribuição¹⁶⁹ e a escassez de redes de livrarias e bibliotecas são dois dos grandes entraves para a leitura e a literatura no país, segundo Lindoso (2014). Todavia, o Brasil mostra-se como um espaço promissor, despertando o interesse de editoras estrangeiras e grandes corporações. Tais redes sabem que o país, até meados de 2030, será formado essencialmente por uma população jovem – com até 30 anos –, fato que tende a aumentar os investimentos em educação e a população escolar.

Lindoso (2014) destaca que o país apresenta uma grande “mortalidade” e “natalidade” no mercado editorial. Ou seja, muitas editoras são criadas, compradas, incorporadas às grandes redes, mas outras também são fechadas. Poucas resistem mais do que um ano devido aos problemas de logística e ao monopólio do mercado do livro – segundo Montenegro (informação verbal)¹⁷⁰, apenas três pessoas decidem o que será vendido nas maiores livrarias do Brasil. Todavia, a criação de médias e pequenas editoras é essencial para a manutenção da nossa

¹⁶⁸ J. K. Rowling, quando ainda era uma escritora desconhecida, teve os originais de *Harry Potter e a Pedra Filosofal* rejeitados por mais de dez editoras. Quando enviou os originais do livro *O chamado do Cuco* sob o pseudônimo de Robert Galbraith, também foi rejeitada por duas editoras. Para incentivar que jovens escritores não desistam com as rejeições das editoras, J. K. Rowling publicou no Twitter suas próprias cartas de recusas. (ÉPOCANEGÓCIOS, 2016, online).

¹⁶⁹ Segundo Tito Montenegro (informação verbal), as livrarias e distribuidoras ficam com 50% do valor do livro, as editoras com 40% e o autor com 10%.

¹⁷⁰ Informação coletada no curso *Decifrando o Mundo do Livro*, ministrado por Tito Montenegro, realizado em Porto Alegre, de 3 a 31 de outubro de 2015.

bibliodiversidade. A chegada da Amazon ao país – em abril de 2014 – pode ser uma alavanca para a utilização da impressão sob demanda, opção amplamente utilizada no exterior e que diminui os custos com transporte e armazenagem, mas que aqui ainda não vigora amplamente. Outra contribuição para os problemas de logísticas vem da Avon, que passou a vender obras em seus catálogos, transformando-se gradativamente em uma das maiores vendedoras de livros do país. A empresa negocia a compra diretamente com as editoras e suas revendedoras entregam livros para clientes do Brasil inteiro.

Contudo, apesar de a Avon contribuir com a logística do livro, as obras que vende são de qualidade inferior às que são vendidas na maioria das livrarias, ou seja, revende basicamente edições econômicas. Mas a prática de “barateamento” do valor de capa do livro não se restringe à Avon. Tatiana Feltrin¹⁷¹ comenta a falta de qualidade do livro, enquanto objeto, em algumas edições. Um exemplo são os livros de páginas coladas, mais baratos para a editora do que os livros de páginas costuradas, mas que diminuem a vida útil do produto. Com preciosismo, a *booktuber* compara dois livros de uma determinada coleção de obras que estão em domínio público e que não possuem a mesma altura e projeto editorial. Mesmo não pagando direitos autorais, a qualidade do livro deixa a desejar na sua opinião.

O grande comprador do mercado editorial brasileiro é o Ministério da Educação – MEC, adquirindo 1/3 de toda produção editorial. Dos 435.690.157 livros vendidos em 2014, cerca de 290.460.104 foram adquiridos pelo MEC. (CBL, 2015, online). O Ministério da Cultura – MinC também adquire livros para fomentar bibliotecas públicas, mas suas políticas de compra são instáveis e inconstantes. Em se tratando dos livros digitais, o MEC e a Amazon realizaram um acordo para que a empresa disponibilizasse de forma gratuita livros educativos que poderiam ser acessados por *Kindles*, tablets ou aplicativos da Amazon. O MEC está fazendo o mesmo acordo com outras distribuidoras, mas a Amazon ganha com a parceria por adquirir um importante ativo para as suas vendas: informações sobre os hábitos de leitura e consumo literário dos leitores brasileiros. (LINDOSO, 2014).

Uma prática comum do mercado editorial, tanto no Brasil quanto no exterior, é a fragmentação de uma editora em selos e coleções. Como uma editora dentro de outra editora, os selos se focam em determinados nichos, desenvolvendo um relacionamento mais específico e direcionado para seu público alvo. Já as coleções atuam como uma forma de organização do seu catálogo. A **Globo Livros**, por exemplo, é composta pelos selos Principium, Globo Estilo, Globinho, Globo de Bolso, Biblioteca Azul, Globo Alt e Globo Livros Graphics; a **Rocco** é

¹⁷¹ Disponível em: <<https://youtu.be/L9rJJMaDVPM>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

formada pelos selos Rocco Digital, Fábrica231, Bicicleta Amarela, Rocco Jovens Leitores e Rocco Pequenos Leitores; e a **Companhia das Letras** possui os selos Boa Companhia, Cia. das Letras, Companhia das Letrinhas, Companhia de Bolso, Quadrinhos na Cia., Penguin-Companhia, Editora Claro Enigma, Editora Paralela, Editora Seguinte e Breve Companhia.

No campo da comunicação e do *marketing* literário, as editoras se utilizam essencialmente de assessoria de imprensa, campanhas de *marketing* e ações de ponto de venda, a plataforma do autor, redes sociais e formadores de opinião. O livro, por não ser um produto de grandes vendas, precisa ser divulgado para o público ao qual se destina. Localizar e conversar com esse público é um dos grandes desafios das editoras. A assessoria de imprensa é a forma tradicional de divulgação. Realizado de forma gratuita, as editoras enviam *releases* para os meios de comunicação com informações e sinopses dos livros.

A plataforma do autor¹⁷² é uma maneira mais direta de diálogo entre este e seus leitores, cabendo ao autor utilizar e fomentar tais canais. Algumas editoras se valem das informações da desta plataforma para decidir pela sua publicação ou não, segundo Lindsay Gois (2015), gerente editorial da Novo Século. As ações de ponto de venda e campanhas de *marketing* são as táticas mais tradicionais alinhadas à publicidade. A editora pode comprar espaços privilegiados em livrarias, utilizar gôndolas, vitrines, cubos, banners e demais possibilidades ofertadas pelo espaço. Pode, ainda, anunciar em revistas e meios de comunicação que se adequam ao seu público alvo. (MONTENEGRO, informação verbal)¹⁷³.

As redes sociais, por sua vez, apresentam uma miríade de possibilidades, tanto para a divulgação da obra e do autor quanto para estreitar e fortalecer laços entre a editora e os leitores. Com as redes sociais vieram também os leitores formadores de opinião, pessoas com relevância dentro do grupo de leitores ao qual a editora tem interesse, como os *booktubers*. As editoras podem utilizar as redes sociais e seus desdobramentos para lançar e divulgar cada obra separadamente, alinhando os esforços comunicacionais com a essência do livro.

O Skoob é uma plataforma de comunicação oportuna para o mercado editorial, contemplando parceria com 24 editoras¹⁷⁴, destinando uma página para cada. Nesta, há uma descrição inicial da empresa, seus últimos lançamentos com um link para a página do livro e um *pop-up* com sua síntese, uma lista com seus 10 títulos mais vendidos, estatísticas de

¹⁷² A plataforma do autor é o meio pelo qual ele estabelece um diálogo com seus leitores e potencializa sua imagem. Geralmente dispõe de um site, páginas no *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat* e canais no *YouTube*.

¹⁷³ Informação coletada no curso *Decifrando o Mundo do Livro*, ministrado por Tito Montenegro, realizado em Porto Alegre, de 3 a 31 de outubro de 2015.

¹⁷⁴ Suma de letras, Globo Livros, Arqueiro, Galera, Geração, Valentina, Harlequin, Leya, Saída de Emergência, Farol Literário, Paralela, Novo Conceito, Todsilhas, iD Editora, DVS Editora, Benvirá, Planeta, Sextante, Companhia das Letras, Fundamento, Jardim dos Livros, Intrínseca, Darkside, Rocco, Nova Fronteira e Gutemberg.

avaliação, estatísticas de preferência entre homens e mulheres, os fãs da editora, e os seus selos. Além disso, na lateral esquerda da página, há um menu contendo os *links* para “A editora”, “Livros” – página com todos os títulos da editora que estão cadastrados no Skoob com seus respectivos *links* –, “Site Oficial”, “Blog”, além de *links* para as páginas do Facebook, Twitter, YouTube e demais redes sociais que a editora contemplar.

A atuação das editoras dentro do Skoob ultrapassa as fronteiras de sua página. Além de ofertar ao usuário informações completas e *links* diversos, a editora também divulga seus lançamentos e, por consequência, a sua marca, através de *banners* na página inicial da plataforma, das cortesias que oferece e também pode ser uma editora em destaque na página inicial. Já na página de cada livro, a editora também está presente, pois pode divulgar grupos e até *booktrailers* da obra, geralmente compartilhados no YouTube. Vale lembrar que o Skoob está operando de forma cada vez mais interligada com a comunidade *booktube*. Isso se dá quando o *skoober* tem acesso aos vídeos resenhas de determinados livros em suas respectivas páginas do Skoob¹⁷⁵; assim como em uma página desenvolvida pela plataforma destinada essencialmente aos *booktubers*¹⁷⁶.

Uma das editoras que tem se destacado no quesito comunicação é a DarkSide Books. Intitulada como a primeira editora brasileira focada no terror e na fantasia, feita de fã para fã, a DarkSide Books realiza sua comunicação em simetria com sua linha editorial, promovendo ações e promoções com um público definido. A editora é parceira de uma boa parcela dos canais literários, aproveitando o potencial do *booktube* em benefício dos três setores: a empresa, os leitores e os próprios *booktubers*.

Uma de suas ações foi o Desafio #TheGameDarkSide (Figura 7) com o objetivo de promover a trilogia *The Game*, de Anders de la Motte. Adequando-se à atmosfera da história, a editora desenvolveu o desafio no qual o Mestre do Jogo era um *booktuber*, o Victor Almeida (canal *Geek Freak*). Através do Victor, as missões eram propostas e os desafios eram transmitidos aos leitores. Cada tarefa exigia interação e participação e, se cumprida, gerava uma pontuação. A vencedora do desafio foi anunciada pelo Mestre do Jogo, que ainda lembrou os diversos prêmios conquistados. O desafio continuará com o lançamento do segundo livro da trilogia, *Ruído*.

¹⁷⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/KuZcfq>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

¹⁷⁶ Disponível em: <<https://www.skoob.com.br/booktubers/>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

Figura 7 – Desafio #TheGameDarkSide.



Fonte: https://youtu.be/M_Ri2oJzmNE?list=PLpoyLyDOIOVWf-GjNQB6TlLuporXyP

Figura 8 – Booktubers no Caveira Talk Show.



Fonte: <http://goo.gl/IyiMqp>

Figura 9 – As booktubers Duda, Samara e a DarkSide Books.



Fonte: <https://goo.gl/N34soQ> e <https://goo.gl/fnxaXy>.

A DarkSide Books também envia *kits* de seus livros para os *booktubers* parceiros. Uma das tendências utilizadas pela editora é enviar o livro acompanhado de elementos que se conectam à história. Na Figura 9, é possível observar um *frame* do vídeo de Duda Menezes

mostrando os porta-copos com desenho do rosto de Jason, capa do livro *Sexta-Feira 13* (David Grove). Já Samara mostra um mini extintor de incêndio enviado pela editora juntamente com o livro *Os condenados* (Andrew Pyper). Na história, a casa em que dois irmãos gêmeos estavam foi incendiada, um sobrevive e o outro, depois de morto, passa a atormentá-lo.

A editora também realiza eventos literários com os *booktubers* e pessoas da área para divulgar e promover seus lançamentos. Um deles foi o *Caveira Talk Show* (Figura 8) realizado em março de 2016, em um bar chamado Z Carniceira – reduto *underground* do terror na cidade de São Paulo. Todos os detalhes do que aconteceria no evento foram revelados apenas na ocasião. Além dos lançamentos, a editora também divulgou autores nacionais que publicaria, além de distribuiu brindes entre os participantes. O evento contou com a presença de Zé do Caixão, João Gordo e Mojica, acompanhados de personagens macabros de filmes de terror como Freddy Krueger (filme *A hora do pesadelo*), Jason (filme *Sexta-feira 13*) e Regan MacNeil (filme *O exorcista*).

Todavia, as editoras nem sempre possuem um relacionamento amigável com os *booktubers*. Além disso, a DarkSide Books também não possui um relacionamento idôneo com os seguidores. Alguns entraves entre a comunidade e o mercado editorial brasileiro foram discutidos e divulgado através do vídeo intitulado *Valorize o Booktube*, um movimento que será observado nas análises. Finalizando o entendimento sobre o mercado editorial brasileiro, se faz necessário entender também seu público alvo: o leitor. Sei que *booktubers* e seguidores são apenas uma parcela dos leitores brasileiros.

Neste aspecto, a pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil*¹⁷⁷ (PROLIVRO, 2016, online) auxilia-nos a visualizar o panorama brasileiro sobre hábitos de leitura e consumo de livros no ano de 2015. O estudo estima que 56% da população é considerada leitor, um avanço em comparação aos anos de 2007 (55%) e 2011 (50%). A principal motivação para a leitura é o gosto (25%), seguido por “atualização cultural e conhecimento geral” (19%), distração (15%), motivos religiosos (11%), crescimento pessoal (10%), estudos (7%), trabalho (7%), e outros (1%)¹⁷⁸. Os adolescentes foram os principais respondentes que declararam o gosto pela leitura como motivação. Este fato reflete na ampla menção à John Green (8º autor mais citado, 11º autor predileto e 14º autor mais conhecido) e de seu livro *A culpa é das estrelas* (2º mais citado, ficando atrás da Bíblia).

¹⁷⁷ A amostra foi composta por homens (48%) e mulheres (52%), com uma média de idade de 35 anos (abrangendo desde 5 até 70 anos ou mais), com uma predominância de não estudantes (73%). Aqui, o leitor é entendido como “aquele que leu, inteiro ou em partes, pelo menos 1 livro nos últimos 3 meses”, enquanto o não leitor “é aquele que declarou não ter lido nenhum livro nos últimos 3 meses, mesmo que tenha lido nos últimos 12 meses”.

¹⁷⁸ 5% não sabe ou não respondeu.

Sobre as influências para a escolha de um livro, os mais citados foram: tema ou assunto (30%), autor (12%), dicas de outras pessoas (11%), título do livro (11%) e capa (11%). Os lugares preferidos para a leitura é a casa e a sala de aula, mas houve um grande acréscimo de menções ao transporte público. 77% dos entrevistados afirmam que gostariam de ler mais, sendo que as principais barreiras para isso seria a falta de tempo (43%), a preferência por outras atividades (9%) e a falta de paciência para a leitura (9%). Interessante notar que entre os não estudantes, a justificativa da falta de tempo é maior. 43% dos respondentes tem acesso ao livro por meio de compra em livrarias físicas ou pela internet, 23% porque os ganham de presente, e 21% porque pegaram emprestado com alguém.

A leitura é percebida como um caminho para o conhecimento, para evolução profissional e para uma vida melhor. Por fim, em se tratando de livros digitais, 52% dos entrevistados nunca ouviu falar sobre e 74% nunca leram um livro digital. Entre os 26% que já realizaram essa leitura, 56% leu no celular ou no smatphone, seguido pelo computador (49%), tablet ou iPad (18%) e leitores digitais (4%). A maioria destas leituras trata-se de romances, contos ou poesias e, majoritariamente, são baixados gratuitamente na internet.

Sobre os índices de leitura, o leitor brasileiro lê em média 4,96 livros por ano, sendo que em 2011 a média era de 4,0, índice abaixo de países como Espanha (10,3) e Portugal (8,5). Entretanto, é importante lembrar que somos um país 92,3% alfabetizado, um índice melhor que em 2001 (61%). Contudo, apenas 1 em cada 4 brasileiros “domina plenamente as habilidades de leitura”. Isso significa que os avanços do país são mais quantitativos do que qualitativos. Em outras palavras, as pessoas são alfabetizadas, mas não compreendem, de fato, aquilo que leem. Trata-se do analfabeto funcional, aquele que sabe ler, mas não sabe compreender ou interpretar o que leu. O termo foi amplamente disseminado após a UNESCO estabelecer um meio termo entre o analfabetismo e a capacidade de desenvolver uma leitura compreensiva. (RIBEIRO, 1997, p. 147).

No próximo capítulo observo mais atentamente o cenário em que os *booktubers* estão inseridos. Reflito sobre a cultura da internet e a cultura da participação para, a partir disso, compreender as vicissitudes das redes sociais na internet e das comunidades virtuais. Com esse entendimento, apresento o YouTube, entendendo-o enquanto rede social e a comunidade *booktube*.

5 CONECTAR

“O melhor que o mundo tem está na quantidade de mundos que o mundo contém”. A afirmação de Eduardo Galeano (2011), embora relacionada à diversidade da literatura latino-americana, expressa minha percepção acerca da internet e das redes sociais: um mundo que comporta diversos mundos. Com a comunicação digital, uma miríade de especificidades tecnológicas, sociais e culturais mudou – e ainda muda – rápida e constantemente. Hoje pode-se pertencer, se relacionar ou mesmo interagir com pessoas que antes estavam distantes no espaço e no tempo. Entender tal contexto, no qual meu objeto de estudo está inserido, se mostra uma tarefa necessária para que eu possa refletir sobre as redes sociais apropriadas – como o YouTube, as comunidades virtuais formadas nestes espaços – como o *booktube* –, e as facetas que se relacionam a tais ambientes, como as relações estabelecidas, a participação e o compartilhamento.

5.1 A Cultura da internet e a cultura da participação

McLuhan (2002), como apresentado no capítulo 3, argumentava que a sociedade presenciou três momentos históricos, ou três galáxias: a cultura oral, a cultura impressa e a cultura elétrica. O segundo momento foi intitulado como a galáxia de Gutenberg. Castells (2003, p. 8) insere à compreensão uma quarta galáxia: a galáxia da internet, também denominada como cultura da internet, caracterizando-se como um “novo mundo de comunicação” feita de muitos para muitos em escala global. A cultura da internet, para Castells (2003, p. 34), estrutura-se em quatro camadas: a cultura hacker, a cultura empresarial, a cultura tecnomeritocrática e a cultura comunitária virtual. Entretanto, cada camada articula-se com as demais, pois uma necessita da outra. Castells (2003, p. 53) constata que

[...] a cultura da internet é uma cultura feita de uma crença tecnocrática no processo dos seres humanos através da tecnologia, levado a cabo por comunidades de hackers que prosperam na criatividade tecnológica livre e aberta, incrustada em redes virtuais que pretendem reinventar a sociedade, e materializada por empresários movidos a dinheiro nas engrenagens da nova economia.

É a cultura comunitária virtual que acrescenta à internet sua dimensão social, tornando-a “um meio de interação social seletiva e de integração simbólica”. Isso demonstra que a internet é uma tecnologia cultural e social. Como entende Castells (2003, p. 34), “os sistemas tecnológicos são socialmente produzidos. A produção social é estruturada culturalmente. A

internet não é exceção”. Por conseguinte, Castells (1999) observa que, com a quarta galáxia, nos tornamos uma “sociedade em rede”, constituída por meio de uma “nova estrutura social” na qual sua organização e prática social fundamental é formada por redes. Trata-se de um sistema global, característica do tempo atual.

Apesar de ser um aparato tecnológico, Miller (2013, p. 168) argumenta que a internet é melhor compreendida “não como tecnologia, mas como uma plataforma que habilita pessoas a criar tecnologias, as quais, por sua vez, são desenhadas para funções particulares”. Hine (2004, p. 25-32) também não entende a internet como uma mera tecnologia, mas como cultura e como artefato cultural. A internet pode ser apreendida enquanto cultura a partir da compreensão dos fundamentos da comunicação mediada por computador – CMC, na medida em que o pesquisador foca seus interesses nas possibilidades reais e atuais que a internet pode proporcionar, e não em suposições de como seria seu futuro. Deste modo, a comunicação e suas especificidades dentro do ciberespaço podem ser interpretadas como cultura, convertendo-se em campos da comunicação social, sociologia, antropologia, ciência política e dos Estudos Culturais. Além disso, entender as comunidades virtuais – que, a *grosso modo*, são uma metáfora para as formações sociais virtuais – também é pensar a internet como cultura.

A internet também pode ser pensada enquanto artefato cultural, pois torna-se um produto do seu contexto social. Isso significa que, tanto o seu acesso quanto suas aplicações ganham forma conforme suas expectativas sobre o que é e como pode ser utilizada. (HINE, 2004, p. 43). Fragoso (et. al., 2011, p. 42) esclarece que este aspecto “observa a inserção da tecnologia na vida cotidiana. Assim, favorece a percepção da rede como um elemento da cultura e não como uma entidade à parte” através de uma perspectiva que integra o *online* e o *off-line*. Transformações desde os primórdios da internet mostram-nos que esta se modifica na medida em que a sociedade se transforma. Partindo disto, Hine (2004, p. 46, tradução nossa) argumenta que a internet resulta de um modelo histórico, cultural, situacional e tecnológico. Ou seja,

[...] pode ser vista como uma construção inteiramente social, formada tanto em sua história como em seu desenvolvimento, através de seu uso. As perspectivas de compreensão da Internet e seus usos são o resultado de um modelo que é 1) histórico, enquanto um desenvolvimento do pensamento militar em torno da Guerra Fria, ou como um triunfo de valores humanistas em tais ideais; 2) culturais, como se espalhou através de meios de comunicação social, em diferentes contextos nacionais; 3) situacional, uma vez que se baseou em entornos institucionais e domésticos dentro dos quais a tecnologia adquiriu um significado simbólico; e 4) metaforicamente, através de conceitos acessíveis para conceber a tecnologia. É deste modelo social que tem

resultado o objeto que conhecemos como Internet, mas para que todos possam adquirir, de acordo com o lugar e tempo, sutil ou radicalmente diferentes maneiras¹⁷⁹.

A partir das mudanças nas plataformas virtuais, a internet pode ser compreendida enquanto artefato cultural. Conforme Shirky (2011, p. 185), nós dispomos de internet há mais de quarenta anos, mas plataformas como o YouTube e o Twitter existem há cerca de dez anos, “não porque a tecnologia não estivesse presente antes, mas porque a sociedade ainda não estava preparada para aproveitar essas oportunidades”. Esse contexto também explica a proliferação do Facebook, pois esta não foi a primeira rede social a ser criada¹⁸⁰, mas a primeira a destacar-se em uma época na qual as pessoas estavam preparadas e equipadas para a sua assimilação.

Em suma, Hine (2004, p. 53-54) esclarece que o pesquisador pode interpretar a internet como artefato cultural – sendo texto tecnológico – e como cultura – formada discursivamente. Nesta pesquisa, observo a internet tanto como cultura quanto como artefato cultural. Enquanto cultura atentando-me ao fato de que as conexões que formam a comunidade de interesse são constituídas discursivamente; quando entendo que a internet é utilizada para a conversação sobre determinado tema, constituindo grupo e identidade a partir do gosto em comum. Enquanto artefato cultural ao perceber que a comunidade de interesse se apropriou e transformou sua principal plataforma de interação – o YouTube –, driblando um sistema que não foi projetado inicialmente para contemplar comunidades virtuais. O YouTube é hoje o resultado de transformações sociais e culturais, aperfeiçoado por aqueles que o utilizam.

Como observado, entender a internet enquanto artefato cultural é pensar sua imbricação na vida cotidiana da sociedade e quais transformações foram causadas. Neste viés, Lévy (2003, p. 195-197) propõe que, a internet reconectou a humanidade. O autor argumenta que nossos ancestrais habitavam a mesma zona geográfica, mas no decorrer dos anos, foram separados e distanciados, juntamente com a separação territorial dos continentes, fato que levou ao surgimento de grupos separados e diferentes. A história mostra que nossa civilização possuía

¹⁷⁹ “Se puede ver como una construcción totalmente sociales, formado tanto en su historia y en su desarrollo a través de su uso. Las perspectivas de la comprensión de la Internet y sus usos son el resultado de un modelo que es 1) la historia como un desarrollo del pensamiento militar sobre la Guerra Fría, o como un triunfo de los valores humanistas tales ideales: 2) como culturales, difundir a través de los medios de comunicación, en diferentes contextos nacionales: 3) de la situación, ya que se basa en los entornos institucionales y domésticos dentro de los cuales la tecnología ha adquirido un significado simbólico; y 4) metafóricamente, accesible a través de conceptos para el diseño de la tecnología. Este es el modelo social que ha dado como resultado el objeto que conocemos como Internet, sino que todos adquieren, según el lugar y la hora, sutil o radicalmente diferentes maneras”.

¹⁸⁰ A primeira rede social na internet, criada em 1997 foi denominada *sixdegrees*. Em 1999 possuía mais de 3,5 milhões de usuários, mas foi finalizada no ano 2000, pois nessa época a internet não dispunha de infraestrutura suficiente, levando a diversos problemas como a lentidão no acesso e a limitação da interação. Além disso, o compartilhamento de fotos era escasso, visto que poucos usuários dispunham de câmera fotográfica digital. (KIRKPATRICK, 2011, p. 79).

tendência à comunicação, à reunião, à conexão, mas, com o passar dos anos, a história foi revertida em um movimento de dispersão.

Com a internet, a sociedade volta a conectar-se novamente, desta vez em um novo espaço: o ciberespaço¹⁸¹. Contudo, na medida em que se reagrupa, também se subdivide em uma “multiplicidade de pontos de vistas”. No ciberespaço nós construímos páginas, perfis, mostramos nossos pontos de vistas sobre nós mesmos e sobre o contexto em que estamos inseridos. Lévy (2003, p. 214) nota que todos terão seu mapa, sua página, seu site, isto é, “cada um se tornará autor, proprietário de uma parcela do ciberespaço”. Tais modos de expressão dialogam, interconectam-se e confluem dentro deste ambiente.

O ciberespaço é entendido por Lévy (1999, p. 92) como um “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. De todas as técnicas de comunicação já criadas, é o sistema desenvolvido mais rapidamente, combinando características tanto de meios tradicionais que desenvolve uma comunicação “um para muitos”, como a televisão, o rádio e o jornal, quanto de meios que desenvolvem uma comunicação “um para um”, como o telefone e o correio. (LÉVY, 2003, p. 206-208).

É um espaço no qual informações e conteúdos são divulgados; mensagens são trocadas com reciprocidade (ou não). Por consequência, a memória construída coletivamente pela sociedade começa a ser registrada e armazenada. Deste modo, o “*ciberespaço não é um meio, mas um metameio*”, pois apoia e desenvolve “tecnologias intelectuais que desenvolvem” imaginação, memória, raciocínio, percepção e criação, afirma Lévy (2004, p. 165-166, grifo do autor). Ao desenvolver uma comunicação que engloba as características “um para muitos”, “um para um” e “muitos para muitos”, o ciberespaço também desenvolve inteligência coletiva¹⁸², constituindo um “cérebro coletivo”. (LÉVY, 2004).

A comunicação de muitos para muitos – e seus desdobramentos, como o conteúdo gerado pelo usuário – também advém do desenvolvimento da chamada Web 2.0, termo cunhado por O’Reilly (2005) durante uma conferência em outubro de 2004, referindo-se a uma segunda fase da Web e dos serviços *online*. O’Reilly (2005) considera que o termo não é algo fechado e concreto, não possui um “limite rígido” nem demarcações, mas sim, constitui-se como um

¹⁸¹ Segundo Lévy (2004, p. 92), “a palavra ‘ciberespaço’ foi inventada em 1984 por William Gibson em seu romance de ficção científica *Neuromancer*. No livro, esse termo designa o universo das redes digitais, descrito como campo de batalha entre as multinacionais, palco de conflitos mundiais nova fronteira econômica e cultural”.

¹⁸² “O problema da inteligência coletiva é simples de enunciar, mas difícil de resolver. Grupos humanos podem ser coletivamente mais inteligentes, mais instruídos, mais sábios, mais imaginativos que as pessoas que os compõem? Não apenas a longo prazo, na duração da história técnica, das instituições e da cultura, mas aqui e agora, no curso dos acontecimentos e dos atos cotidianos”, constata Lévy (1996, p. 119).

“núcleo gravitacional” no qual podem ser inseridos alguns princípios e práticas relativos aos *sites* e às plataformas.

Um destes princípios fundamentais é entender a Web como uma plataforma e não mais como uma oferta de *sites* comerciais e seus serviços tradicionais. Ou seja, as plataformas agora podem ser geridas de forma *online*, não mais necessitando que o usuário instale algum tipo de programa ou *software* para realizar tal ação. Além de uma maior usabilidade, Primo (2007, p. 02) lembra que O'Reilly (2005) destaca a “arquitetura da participação”, isto é, uma plataforma que atue unindo interconexões e compartilhamentos. Com isso, torna-se melhor na medida em que mais usuários a utilizam e a aperfeiçoam.

Nesta segunda fase da Web, uma maior interatividade e possibilidades de estruturas para as relações entre os usuários é presenciada, ou seja, ambientes comunicacionais como as redes sociais e a possibilidade de estes gerenciarem as informações das plataformas. Esta fase, nota Primo (2007, p. 01), caracteriza-se pelo poder de potencializar o compartilhamento, as diversas formas de publicação, a organização das informações, “além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo”.

Porém, a Web 2.0 também se refere a este novo período no qual presenciamos um novo “conjunto de estratégias mercadológicas” e um contexto de comunicação e relação mediadas pelo computador, uma vez que os usuários têm a possibilidade de construir uma “escrita coletiva”, aperfeiçoar as plataformas, ou até mesmo, *tagear* conteúdos para outros usuários. (PRIMO, 2007, p. 03). Assim, uma das características da Web 2.0 é que esta potencializa, também, a organização, a criação e a distribuição de conteúdo e informações compartilhadas por meio de “associações mentais”, sendo que, o que torna tal produção fidedigna é a construção coletiva.

Segundo Rheingold (2012, p. 112), cerca de 1/5 dos usuários da internet são aqueles que contribuem para a rede, seja por meio da produção, classificação ou avaliação de conteúdos. Essa participação não se limita ao campo do entretenimento ou de informações corriqueiras, pois perpassa esferas como a economia, a política e a saúde. Ao observar empresas de comunicação inseridas em um mundo 2.0, Saad (2012, p. 156) constata que “o usuário é reconhecido como o principal potencializador e propagador da mensagem para outros grupos de pessoas”, mostrando o seu protagonismo em ambientes nos quais este não é o responsável pela produção de conteúdo.

Jenkins (2015, p. 335) ressalta que Web 2.0 nada mais é do que um “modelo de negócios que busca capitalizar e mercantilizar a cultura participativa”. Tal cultura é, na concepção do autor, “um movimento amplo que toma diversas formas ao longo da história”, elucidando o

atual momento da Web. Essas proposições me fazem perceber que, de alguma forma, a cultura participativa está no cerne das mudanças de nosso tempo e das novas perspectivas que vivemos atualmente. Conforme nota Rheingold (2012, p. 113), toda a ecologia digital cresce em torno da participação.

O conceito “cultura participativa” – também denominado de cultura da participação – foi utilizado inicialmente por Jenkins (2015, p. 334) na década de 90 para descrever os fãs, um público que é mais ativo do que a concepção tradicional de espectador. Para Jenkins (2009b), a cultura da participação engloba: poucas barreiras para o engajamento cívico e as expressões artísticas; criação e seu compartilhamento; orientação realizada de modo informal, na qual os mais experientes auxiliam os novatos; membros que sabem que suas contribuições importam e, por consequência, que sentem algum grau de conexão com os demais membros. A participação também é percebida na convergência das mídias tradicionais e atuais. Jenkins (2009a) compreende que a cultura da convergência reflete a transição e a colisão entre as mídias de massa e as mídias atuais, caracterizadas como interativas e participativas, onde uma não exclui a outra, pois ambas coexistem.

Jenkins (2009a, p. 29-290) destaca que, nesta convergência, a divisão entre produtores e consumidores se torna tênue, cruzando-se, mesclando-se e modificando-se, interagindo de forma cada vez mais complexa, pois a “convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação”. Tal transformação torna a comunicação cada vez mais participativa, onde “os fãs e os consumidores são convidados a participar ativamente da criação e circulação do novo conteúdo”.

Na cultura da convergência de acordo com Jenkins (2009a, p. 27), além da cooperação entre “múltiplos mercados midiáticos” e do “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos”, há também um “movimento migratório” entre os meios de comunicação por parte de consumidores que “vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam”. Logo, a convergência não se trata apenas de uma mudança tecnológica na qual os meios de comunicação são acessados a partir de um único aparelho, mas sim, uma mudança cultural na qual novas e velhas mídias colidem. Consumir passa a ser algo feito, também, coletivamente. O modo como consumimos e produzimos muda. O papel dos produtores e dos consumidores mescla-se.

Jenkins (2009) vê em *Harry Potter* um exemplo de convergência. Seus leitores-fãs não apenas leem os livros e assistem aos filmes, mas também se envolvem com a narrativa criada por J. K. Rowling, buscando em outros meios – como a internet e as redes sociais – o consumo e o entretenimento. A convergência da saga se torna complexa porque os leitores-fãs estão, cada

vez mais, produzindo suas próprias histórias a partir da criação de J. K. Rowling. Ao identificarem-se profundamente com *Harry Potter*, eles tanto consomem quanto produzem. Fato que, de início, não agradou a *Warner Bros*, detentora dos direitos autorais dos filmes. Depois de algumas desavenças e discórdias, a empresa compreendeu que precisa respeitar os leitores-fãs ao entender que suas produções são fundamentais para a experiência de consumo de *Harry Potter*, além de não infringirem leis de direitos autorais.

Shirky (2011; 2012), assim como Rheingold (2012), também constata que a cultura da internet é marcada pela participação, relacionada a uma questão fundamental: o excedente cognitivo da sociedade. Percebeu que, no contexto atual, os jovens com acesso à mídia interativa e rápida estão se afastando das mídias tradicionais que propõem apenas o “puro consumo”. Nota que, consumindo vídeos na internet, estes jovens podem compartilhá-lo, comentá-lo, classificá-lo, avaliá-lo, rotulá-lo e, por conseguinte, discuti-lo com pessoas de todo o mundo. Tal “reapropriação” dos meios de comunicação demonstra que “queremos estar conectados uns aos outros”, um desejo potencializado pelas redes sociais na internet.

Diferentemente da mídia do século XX, que se focava apenas no consumo, atualmente começamos a participar, levando em consideração que “participar é agir como se sua presença importasse”. Como nota Shirky (2011, p. 26-30), “expandir o nosso foco para incluir produção e compartilhamento nem sempre requer grandes alterações no comportamento individual para gerar enormes mudanças no resultado”, ou seja, “o excedente cognitivo do mundo é tão grande que pequenas mudanças podem ter enormes ramificações no total”. Tendo mais de “1 trilhão de horas de tempo livre por ano na parte instruída da população mundial”, juntamente com a disseminação da mídia interativa, as pessoas estão utilizando seu tempo livre para realizar atividades com as quais se importam e das quais gostam. Ou seja, a sociedade começou a utilizar o seu excedente cognitivo (tempo livre + conhecimento/informação) para produzir algo.

Uma das características da cultura da participação é o conteúdo gerado por usuário, que não se trata apenas da “produção de pessoas comuns com acesso a ferramentas criativas como processadores de texto e programas de desenho”. Para gerar este conteúdo, o acesso a “ferramentas *re-criativas*” – como a Wikipédia, o Flickr¹⁸³ e os blogs – também é necessário, pois nos capacita para distribuir nossas criações a outras pessoas. É por este motivo que o arquivo de texto que produzimos em nossos computadores não é conteúdo gerado por usuário. Ou seja, ele não é público. Este tipo de conteúdo é um fenômeno amador e grupal. Em outras palavras, é entendido como uma maneira pela qual “os usuários criam e compartilham mídia

¹⁸³ Disponível em: <<https://www.flickr.com>>. Acesso em: 20 set. 2016.

uns com os outros, sem que haja nenhum profissional à vista”. Deste modo, o autor compreende que “a ideia de conteúdo gerado por usuário na verdade não é apenas uma teoria pessoal das capacidades criativas, mas uma teoria social das relações de mídia”.

A combinação de meio, oportunidade e motivo “cria nosso excedente cognitivo a partir da matéria-prima do tempo livre acumulado”. As diferenças que ocorrem atualmente não derivam do meio ou das ferramentas que dispomos, mas sim, da “nossa consciência de que esse excedente cria oportunidades sem precedente, ou de que cria uma possibilidade inédita para criarmos essas oportunidades uns para os outros”. (SHIRKY, 2012, p. 73-75). Infiro que o excedente cognitivo é um dos alicerces do *booktube*, uma vez que seus integrantes utilizam basicamente seu tempo livre e seu conhecimento para produzirem conteúdo, apreendendo que, através desta produção, há relações que antes não eram vivenciadas.

Rheingold (2012, p. 113) ressalta que o poder da participação emerge, essencialmente, do compartilhamento. A sociedade, de modo geral, aprecia compartilhar. Compartilha o que está lendo, assistindo, comendo, ouvindo, etc ..., comportando-se cada vez mais de forma social, pública e generosa ao investir o seu excedente cognitivo em projetos que vão desde diversão até transformação cultural, contexto perceptível no *booktube*. (SHIRKY, 2011, p. 61). Destaco um detalhe importante: a cultura da internet tem um importante papel nas transformações proporcionadas pela cultura da participação, pois se tempo livre e conhecimento/informação bastassem para que elas acontecessem, “as atuais mudanças teriam acontecido há séculos”. A diferença é que agora dispomos de novas oportunidades e novas ferramentas que as viabilizaram, complementadas com uma mídia barata, flexível e inclusiva, que nos possibilita oportunidades de fazer coisas que não poderíamos fazer antes.

Mas por que participamos e compartilhamos? Shirky (2011, p. 68-75) elucida que há, essencialmente, dois tipos de motivação pessoal: a motivação intrínseca (quando a recompensa está na própria atividade) e a motivação extrínseca (quando está para além da atividade). Tais constatações mostram que as motivações podem advir de outras fontes, além do ganho financeiro. As motivações sociais também podem ser divididas em duas categorias: uma “que gira em torno da conexão ou da participação”, e a outra “em torno de compartilhamento e generosidade”, concluindo que as motivações sociais reforçam as motivações pessoais. A palavra “encorajar” é um ponto importante para reflexão, pois “as novas redes de comunicação encorajam”, mas não é o fator determinante deste processo. Isto é, “a motivação para compartilhar é o fator determinante; a tecnologia é apenas o facilitador”. Como assinala Shirky (2011, p. 78), as motivações sempre estiveram na gênese da sociedade, mas só no contexto

atual, com a facilitação proporcionada pelas redes sociais na internet, é que conseguimos um ambiente propício para “acionar esses desejos, mais do que suprimi-los”.

A difusão das redes sociais na internet, que permitem o discurso público, acarretou em uma sutil mudança na noção de compartilhamento. Como nota Shirky (2011, p. 154), “compartilhar normalmente requeria um alto grau de conexão entre o doador e o receptor, então a ideia de compartilhar uma fotografia implicava que os compartilhantes se conhecessem”, deste modo, “esse compartilhamento tendia a ser uma ação recíproca e coordenada entre as pessoas que se conheciam”. Mas agora que as redes sociais na internet “estenderam incrivelmente o alcance e a vida útil do compartilhamento, sua organização passou a ter muitas formas”, estabelecendo-se em quatro tipos de compartilhamento: 1) o compartilhamento pessoal: “feito por indivíduos que de outra maneira não estariam coordenados”; 2) o compartilhamento comum: “mais envolvente, que acontece num grupo de colaboradores”; 3) o compartilhamento público: “quando um grupo de colaboradores deseja ativamente criar um recurso público” e o 4) compartilhamento cívico: “quando um grupo está tentando transformar a sociedade”. Shirky (2011, p. 155) destaca que “compartilhar uma foto ao colocá-la *online* constitui um compartilhamento, mesmo que ninguém jamais a veja. Esse ‘compartilhamento congelado’ cria grande valor potencial”.

Concebo que uma das motivações que levam os *booktubers* a compartilharem conteúdo é o encontro com o outro através da conversa sobre as experiências proporcionadas pela literatura; é saberem que sua presença e sua contribuição para a manutenção da comunidade importa. Seu compartilhamento é essencialmente comum, pois acontece no grupo e para o grupo.

Cabe destacar que a motivação para o compartilhamento não é algo que se iniciou com a cultura da internet¹⁸⁴. Shirky (2012, p. 128) nota que “antes do e-mail e dos blogs, recortávamos artigos que interessavam ou publicávamos boletins com notícias sobre a família”. Contudo, antigamente “ainda podíamos passar adiante e comentar as notícias do dia, mas o processo era pontuado por pequenas dificuldades”. A ação de compartilhar e as motivações para tal existiam antes do desenvolvimento tecnológico mas, a partir deste, foram facilitadas e encorajadas; as dificuldades enfrentadas estão sendo supridas com ferramentas *re-criativas* que possibilitam o compartilhamento para grupos maiores e delimitados.

¹⁸⁴ Segundo Jenkins, Green e Ford (2014, p. 203), a cultura participativa tem uma história “muito maior do que o tempo de vida de tecnologias específicas ou de plataformas comerciais. Já em 1932, Bertolt Brecht imaginou a transformação do rádio de uma tecnologia que apoiava um público em massa para um meio de participação coletiva”.

Jenkins, Green e Ford (2014, p. 235-241) problematizam o compartilhamento entendido a partir da noção de contágio relacionada ao *marketing viral*, tal como elaborado por Berger (2014). Argumentam que noções relacionadas à contaminação e infecção pressupõem que aquele que propaga um conteúdo o faz sem perceber, uma vez que a propagação de uma contaminação acontece sem uma escolha, ou seja, seu portador não ponderou entre propagar ou não. A partir disso, os autores (2014, p. 25) argumentam que o compartilhamento é melhor entendido por meio da noção de propagabilidade e não de contágio. Consideram os meios de comunicação tradicionais como componentes da mídia *mainstream*, que se diferenciam da mídia propagável. Entender os princípios da mídia propagável é, também, entender porque um conteúdo se espalha nas redes sociais e outros não. O que influencia na decisão do público no momento em que este compartilha uma notícia ou um vídeo em seu Facebook ou posta um *tweet* em seu Twitter. Tais decisões “estão remodelando o próprio cenário da mídia”.

Para que um conteúdo se torne propagável, é imprescindível que recursos técnicos sejam disponibilizados para tais fins, facilitando sua circulação. O objetivo da mentalidade propagável é criar conteúdo que “vários públicos possam espalhar por diferentes motivos, convidando as pessoas a moldar o contexto do material conforme o compartilham no âmbito de suas redes sociais”. Neste cenário, o público desempenha um papel ativo na propagação dos conteúdos. São os seus interesses e convicções que definem o que tem valor a ponto de merecer ser propagado. Quando a mídia se propaga, ela não somente consegue alcançar novos voos e encontrar novos ares, como também promover um profundo engajamento nas comunidades de nicho. (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 29-48).

É essencial enfatizar a importância do público neste processo, pois todo material propagado é refeito. Seja de modo figurado, quando o conteúdo é inserido em conversas por meio de diversas plataformas; ou de modo literal, quando o conteúdo é *sampleado*¹⁸⁵ ou remixado¹⁸⁶. Logo, o público não é apenas mais um dado no processo da comunicação. Ele é um propagador e um gerador de conteúdo em uma época na qual presenciamos profundas mudanças no modo de se comunicar. O público é ator essencial em um mundo onde o que não se propaga, morre. Mas o que torna um conteúdo propagável, além da facilidade de acesso e compartilhamento por parte do público? A resposta estaria nos cinco princípios básicos da

¹⁸⁵ Samplear é “utilizar trechos de registros sonoros anteriormente realizados para montar uma nova composição (quase sempre musical) por meio de um aparelho chamado sampleador. Gravar e processar sons (previamente gravados) por meio de um sampleador para conseguir outros. Montar uma composição ou arranjo musical com uso desse instrumento”. (DICIONARIOINFORMAL, 2015, online).

¹⁸⁶ Remixar é a “reedição de uma música feita por um artista, geralmente um discotecário (ou dj) com elementos de várias outras músicas ou com melodias criadas pelo próprio músico”. (DICIONARIOINFORMAL, 2015, online).

propagabilidade, segundo os autores (2014, p. 246): estar disponível quando e onde o público quiser; ser portátil; ser facilmente reutilizável em uma série de maneiras; ser relevante para os vários públicos; ser parte de um fluxo constante de material.

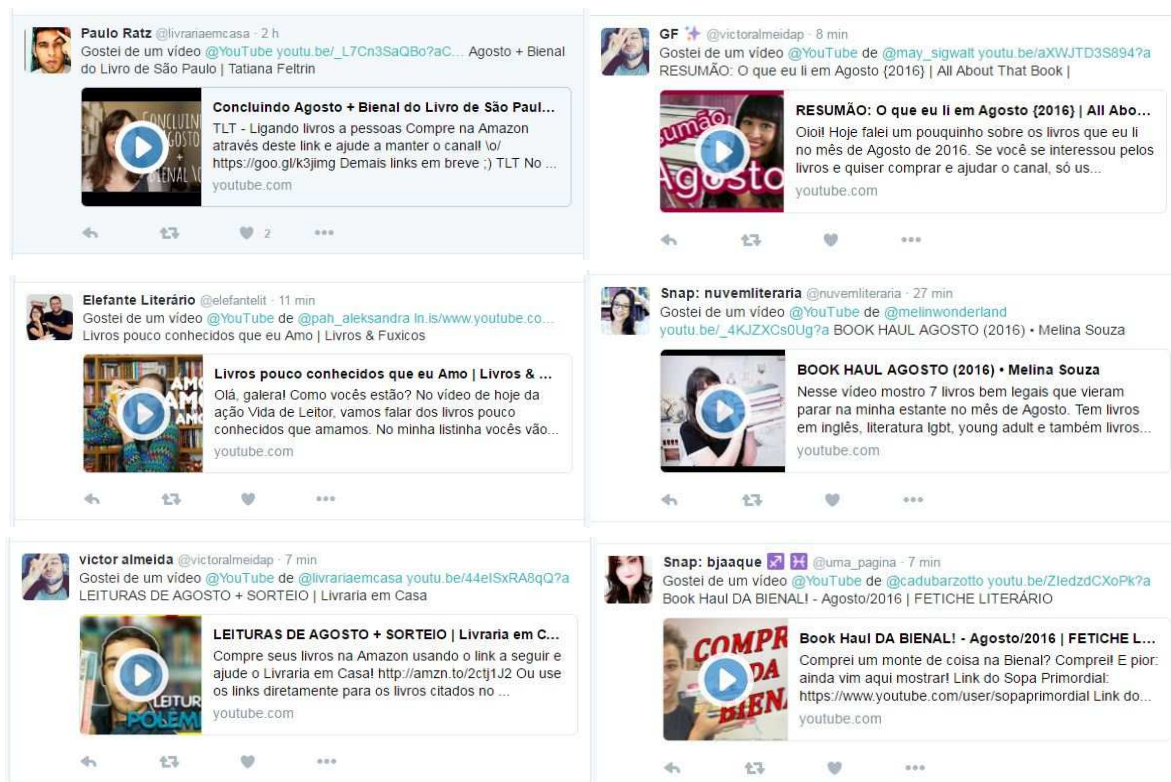
É interessante perceber que a propagação de um conteúdo dificilmente resulta da solicitação direta de uma empresa, um anunciante ou um produtor. A propagabilidade se dá de forma orgânica e é o público que toma esta decisão. Basta a tais empresas, anunciantes e produtores entenderem como se dá este processo, motivando e facilitando seu desenvolvimento. Contudo, nenhum esforço será útil se o texto de mídia criado não envolver as pessoas, fazendo com que estas se sintam tocadas e considerem que compartilhá-lo com seus amigos vale a pena, transmitindo seus valores e significados. (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 249). Isso porque os conteúdos que compartilhamos ou curtimos também expõem ao outro quem somos, auxiliando desta forma em nossos relacionamentos profissionais e pessoais. Como bem lembram Barbosa e Campbell (2006), aquilo que consumimos tanto expressa quanto constrói nossa identidade.

Neste cenário de mídia propagável, há o empoderamento do público, pois este passa a auxiliar na formatação do seu próprio “ambiente de mídia cotidiano”. Mas, para que isto de fato ocorra, é preciso que os criadores de conteúdo criem múltiplos pontos de acesso aos textos de mídia, para que eles se tornem propagáveis e se (re)configurem em diversos grupos e núcleos de conversas. A nossa cultura está se tornando cada vez mais participativa através deste empoderamento. O que não significa, contudo, que todos os públicos participarão desta formatação, pois “nem todo mundo tem permissão para participar, nem todo mundo é capaz de participar, nem todo mundo quer participar e nem todo mundo que participa o faz em igualdade de condições”. (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 357-365). Logo, para certa parcela do público, por mais que a mídia seja propagável, ela será consumida como mídia *mainstream*. Para o restante do público, esta mídia proporcionará produções, conversações, apropriações, *downloads*, *uploads*, remixagens, sampleamentos, incorporações e recirculação de conteúdo. Cada vez que o conteúdo for reconfigurado e compartilhado, poderá ser novamente recontextualizado por outros públicos e, assim, compartilhado novamente.

Através dos princípios da propagabilidade, entendo que os *booktubers* não somente compartilham o seu próprio conteúdo, como também o conteúdo produzido por seus pares. O compartilhamento é facilitado pela tecnologia do YouTube, pois os vídeos estão disponíveis e acessíveis de forma organizada, proporcionando fácil acesso do público ao conteúdo. Através dos *links* e outras possibilidades, pode ser propagado facilmente em outras redes sociais e em

outros contextos, sendo reutilizado e reconfigurado. Cada vídeo é elemento constitutivo de um fluxo constante de conteúdos conectados.

Figura 10 – *Booktubers* compartilham vídeos no Twitter.



Fonte: Twitter.

Por fim, o conteúdo é propagado não por ser relevante para vários públicos, mas por ser relevante para um determinado público, promovendo engajamento na comunidade *booktube*. Perceba que na Figura 10 os *booktubers* compartilharam vídeos de outros canais literários, contribuindo para o desenvolvimento da comunidade e para a expansão dos canais, atuando como uma maneira de fortalecer vínculos dentre os integrantes do *booktube*. A partir disso, foco-me na compreensão das redes sociais na internet e a performance de gosto que nelas se configuram para, então, analisar o YouTube enquanto rede social e o *booktube* enquanto comunidade, pensando aspectos relativos às comunidades virtuais.

5.2 As Redes

“Redes de Mundo Pequeno significam que as pessoas não se associam simplesmente ao acaso. Elas se associam em aglomerações, o que garante que haverá interação frequente com as mesmas pessoas, mesmo em redes grandes”. A constatação de Shirky (2012, p. 188) contribui para o entendimento de redes e, por consequência, de redes sociais na internet. A teoria dos “mundos pequenos” é proposta por Watts (2009) e complementada por Barabási (2009). Tal teoria foi compreendida através da “ciência das redes”. Watts (2009) iniciou esse percurso compreendendo a sincronia dos grupos, o que explicaria porque os grilos cantam em harmonia, os vaga-lumes piscam e as pessoas batem palmas.

Para entender a dinâmica da sincronia, observaram o grilo de árvore nevado, que “chirria de forma muito regular”. Capturaram alguns grilos para tal experimento e os deixaram em um laboratório para que pudessem observar a ação do chirriar. Entretanto, os grilos simplesmente não chirriaram. O autor percebeu que sua resposta estava no grupo inteiro de grilos, e não em alguns de sua espécie. A partir deste experimento frustrado, Watts (2009, p. 16-18) lembrou-se de uma observação de seu pai: “você sabia que está a apenas seis graus de separação de qualquer pessoa da Terra?”. Foi aí que o pesquisador deixou os grilos de lado e passou a interessar-se pelas redes, para compreender a dinâmica da sincronia e da conexão que há nela.

A teoria dos seis graus de separação foi proposta pelo psicólogo social Stanley Milgran, em 1967, objetivando entender o “problema do mundo pequeno”. Milgran queria provar que, “mesmo quando alguém não conhece nenhum conhecido nosso [...] ainda assim essa pessoa conhece alguém, que conhece alguém, que conhece alguém que nos conhece”. (WATTS, 2009, p. 19). A partir disso, era necessário saber – e provar – quantos alguém estão entre nossas conexões. Para tanto, Milgran desenvolveu o “método do mundo pequeno”, no qual distribuía-se cartas idênticas e com o mesmo destinatário para várias pessoas diferentes, todas incumbidas de conseguir fazer com que a carta chegasse ao seu destino final, mas com algumas condições: não poderiam enviar a carta diretamente para o destinatário, exceto se o conhecessem. Excetuando-se este caso, deveriam encaminhar as cartas para pessoas que de fato conheciam, para que estas pessoas enviassem para outras e assim sucessivamente, até que a carta chegasse ao seu destino.

Após o experimento, o psicólogo social percebeu que as cartas passaram – em média – pelas mãos de seis pessoas. Tal constatação deu início à teoria dos seis graus de separação. Contudo, o que Milgran não percebeu é que estamos sim conectados a pessoas, mas essa conexão ocorre, essencialmente, por meio de círculos sociais. Watts (2009, p. 21) constata que

“o grande paradoxo das redes que o experimento de Milgran iluminou é que, por um lado, o mundo é altamente aglomerado. [...] E, no entanto, por outro lado, ainda podemos contatar alguém em uma média de apenas alguns passos”. Em outras palavras, é como se o mundo fosse grande e pequeno ao mesmo tempo.

O pesquisador então percebeu que nós nos unimos com os nossos iguais, mas nossas redes são dinâmicas, onde pessoas entram e saem de nossas vidas tanto quanto nós entramos e saímos das suas. Possuímos múltiplos interesses e, por consequência, pertencemos a múltiplos grupos. Assim, quando pertencemos a dois grupos distintos, atuamos como um atalho entre as pessoas que pertencem somente a um destes grupos¹⁸⁷. Através de experimentos variados – abrangendo desde malhas elétricas, formigas, células, pontes e atores –, Watts (2009, p. 66) compreendeu que a teoria das redes se aplicava a todos os sistemas que possuem conexões. Deste modo, constata que “o fenômeno do mundo pequeno não depende necessariamente das características de redes sociais humanas”, pois são “muito mais universais”.

A partir das constatações de Watts (2009), percebendo elementos e atividades que passaram despercebidos por este, o físico húngaro Barabási (2009) também se interessou em entender como as conexões aconteciam e por que. Ao analisar a dinâmica de ação e a estrutura das redes, Barabási (2009, p. 6-16) pôde perceber que nenhum elemento age de forma isolada, pois a rede depende essencialmente da interação dos elementos que a compõem. Portanto, é preciso entender que tais elementos atuam em conjunto e não isoladamente, como ocorreu com Watts (2009) e seus grilos. A observação conjunta se faz necessária para “o complexo quebra-cabeça” que formam as redes possa ser compreendido. Ou seja, como os mundos pequenos atuam e se encadeiam uns aos outros.

No entanto, para compreender de fato a dinâmica, a conexão e a sincronia presente nas redes, o físico utilizou a web, com suas redes de páginas e *links*, pois se trata de uma rede complexa e completa com possibilidade de mapeamento e interpretação. Partiu então da questão: “apesar dos bilhões de nós, poderia a web ser um ‘mundo pequeno’?”. Barabási (2009, p. 30-31) concluiu que sim, pois, apesar de contemplar bilhões de nós, estes estão conectados a 19 *links* de distância em média. Também compreendeu que uma das características fundamentais das redes na internet é a sua mutabilidade. Ou seja, as redes não são estáticas. A cada dia, mais nós e *links* são adicionados e retirados da sua conexão.

¹⁸⁷ Assim, se eu sou colega da Maria na faculdade e aluna do João no cursinho de inglês, o João e a Maria estão a um grau de separação graças a mim. Obviamente, o João e a Maria podem se conhecer de outros carnavais.

Mapeando a web, Barabási (2009, p. 31-36) elucida que, ao contrário do que se pensava, a internet não era uma conexão aleatória onde alguns nós possuem mais *links* e conexões do que outros. É, na realidade, a união de diversos nós, sendo que alguns deles possuem milhões de conexões a mais do que a maioria. Assim, enquanto alguns nós eram conectados a poucos, outros apresentavam um alto grau de conectividade, dominados pelo físico como *hubs*. Barabási (2009, p. 146) concluiu que a “web é uma rede sem escala, dominada por *hubs* e nós com grandes quantidades de *links*”. O Facebook, o Google e a Amazon são exemplos de *hubs*, assim como os canais no YouTube com uma grande quantidade de inscrições. Possuem uma “popularidade atrativa”, isto é, quanto mais conectado é um *hub*, mais conexões ele atrai, pois “quanto mais conhecidos são, mais *links* o referenciam”. (BARABÁSI, 2009, p. 77-79). Tal afirmação esclarece que, quanto mais inscrições e visualizações um *booktuber* contemplar, maiores as chances de estes números crescerem, aumentando assim sua conectividade na rede.

Enfim, entendendo a dinâmica e a estrutura das redes, percebo que essa atua através de *links*, nós, *hubs* e conexões operando através de uma complexidade, pois, conforme afirma Barabási (2009, p. 160-197), “as redes são apenas a estrutura da complexidade, as vias dos diversos processos que fazem nosso mundo vibrar. Para descrever a sociedade, é preciso revestir os *links* da rede social com interações dinâmicas reais intersubjetivas”. Assim, “para entender a vida, devemos passar a observar a dinâmica reativa que se dá ao longo dos *links* da rede metabólica. Para entender a internet, devemos adicionar tráfego a seus emaranhados *links*”. Tal como ressalta Castells (1999, p. 7), as redes ganharam “vida nova” com a internet, mas há muito tempo estão presentes nas práticas da sociedade. As redes sociais na internet refletem as descobertas de Milgran, Watts (2009) e Barabási (2009). Todavia, no decorrer dos anos e do desenvolvimento dos diversos usos da tecnologia, as redes sociais observadas na internet se complexificam cada vez mais.

5.2.1 Redes sociais na internet

Para Recuero (2010, p. 24), as redes sociais podem ser definidas como a união de dois fatores essenciais: conexões (laços ou interações sociais) e atores (os nós da rede, ou seja, instituições, grupos, pessoas). Logo, a utilização da expressão “rede” é uma “metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores”. A rede é uma estrutura social, na qual não há atores isolados ou inexistência de conexões. Tais constatações alinham-se com as observações de Garton, Haythornthwaite e Wellman (1997, online, tradução nossa), quando argumentam que “uma rede social é um

conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por um conjunto de relações sociais¹⁸⁸ tais como trabalho, amizade, estudos, interesse afetivo ou simplesmente troca de informações. Os autores destacam que, ao analisar uma rede social, é necessário observar além “dos atributos específicos das pessoas e considerar as relações e as trocas entre os atores sociais¹⁸⁹”.

Para compreender de forma aprofundada esta estrutura social, cabe explicar através dos preceitos de Recuero (2010, p. 25) os dois elementos essenciais para a formação da rede. A autora afirma que “os atores são o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós”. São as pessoas inseridas e envolvidas na rede analisada. Por serem parte do sistema da rede ao qual pertencem, “os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais”. Especificamente nesta pesquisa, cada *booktuber* é um ator.

Diferenciando os atores presentes nas redes sociais na internet, a autora ressalta que, neste caso, “os atores não são imediatamente discerníveis” e, além disso, podem ser representados pelo Twitter ou por um blog. Vale destacar que tais plataformas atuam como representações dos atores sociais. Twitter, Facebook e YouTube, entre outros, são espaços de conexão e interação, lugares de conversação, “construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade”, lembra Recuero (2010, p. 26). Em outras palavras, são espaços de “expressão pessoal” tal como demonstrado nas reflexões sobre performance de gosto nas redes sociais. Já as conexões são formadas a partir dos laços sociais, que, por sua vez, “são formados através da interação social entre os atores”. De uma maneira geral, são as transformações nas conexões da rede o fator que altera a sua estrutura.

Por mais que eu faça uso, para efeito desta pesquisa, da expressão amplamente utilizada “redes sociais”, possuo o discernimento de que as redes sociais são conexões que independem de uma tecnologia de mediação. Recuero (2010, p. 102) ressalta que o Facebook, por exemplo, é um *site* de rede social, pois é uma ferramenta que pode ser utilizada como meio de expressão de uma rede social já existente ou não. Ele é um espaço de expressão das redes sociais na internet. Há, ainda, algumas diferenças entre as redes sociais. O Facebook é um *site* de rede social “propriamente dito”, pois encaixa-se na “categoria dos sistemas focados em expor e publicar as redes sociais dos autores”. Já o YouTube insere-se na categoria das “redes sociais

¹⁸⁸ “a social network is a set of people (or organizations or other social entities) connected by a set of social relations”.

¹⁸⁹ “of the specific attributes of the people and to consider the relations and the exchanges between the social actors”.

apropriadas”, ou seja, um sistema que não foi originalmente constituído para expressar redes sociais, mas que foi apropriado pelos atores para este fim.

Na concepção de boyd e Ellison (2008, p. 02), os sites de redes sociais são formados por três características básicas: 1) possibilidade de construção de um perfil semi-público ou público dentro das limitações de um sistema; 2) composição de uma lista de conexões com outros usuários; 3) possibilidade de o usuário percorrer e visualizar sua lista de conexões e a de outros usuários inseridos no mesmo sistema. boyd e Ellison (2008) constatam que, geralmente, os *sites* de redes sociais são utilizados para manter conexões já existentes, mas podem conectar pessoas com interesses em comum.

O sistema conectaria essencialmente aqueles que possuíam alguma ligação *off-line*. Os perfis e a lista de conexões são a espinha dorsal dos *sites* de redes sociais. Para participar da rede, o usuário precisa preencher um formulário com suas descrições e informações, construindo um perfil único. Tal construção possui algumas características comuns entre diferentes sites, como uma foto de perfil e a troca de mensagens públicas ou privadas, mas podem ser personalizadas de acordo com as possibilidades e especificidades de cada sistema. Uma das principais diferenças entre os *sites* de redes sociais é a visibilidade de informações de um perfil e a possibilidade de compartilhamento de conteúdo.

A nomenclatura dos relacionamentos constituídos através das conexões também pode ser diferente dependendo de cada *site*. No Facebook há amigos e fãs, no Twitter há seguidores, no Skoob há amigos e seguidores, no YouTube há inscritos, etc. Alguns *sites* de redes sociais precisam de uma confirmação bidirecional para confirmar a conexão – como um pedido de amizade no Facebook e no Skoob. Outros apresentam laços unidirecionais – como os fãs do Facebook, os seguidores do Twitter (BOYD, ELLISON, 2008), ou os inscritos no YouTube. Mesmo não sendo a intensão inicial dos arquitetos de informação e *designers*, alguns *sites* acabam tornam-se segmentados apesar de serem desenvolvidos inicialmente para populações homogêneas.

boyd (2007, tradução nossa) entende os *sites* de redes sociais como um gênero de “públicos em rede”¹⁹⁰, isto é, um tipo de público onde a interação é mediada e promovida por tecnologias como a internet. Defende que este público possui quatro propriedades que alteram a dinâmica social e que não são observados em uma interação face a face: audiências invisíveis (quando nos expressamos em rede, é praticamente impossível saber quando, onde e quem assimilou nossa mensagem), persistência (as expressões são gravadas para a posterioridade,

¹⁹⁰ “Public in network”.

estendendo o período de existência de uma fala ou ato), buscabilidade (por serem registradas, as expressões podem ser procuradas), e replicabilidade (as expressões podem ser copiadas, coladas, recortadas e recontadas). A partir disso, atento-me às redes sociais na internet como espaços de expressão dos atores sociais, mais especificamente como espaços nos quais observo como a performance de gosto se apresenta.

5.2.2 Performance de gosto e redes sociais na internet

Apesar de Goffman (2002, p. 41) observar a representação do eu em encontros presenciais, entendendo o quarto como o local onde não há representação, compreendo que, quando o quarto foi implementado com um computador ou um celular com acesso à internet, também passou a fazer parte do mundo. Quando estamos em um ambiente mediado, “o sentimento de que a performance está em todos os lados aumenta”, pois a informação chega de forma ilimitada pelo ar, argumenta Schechner (2006, p. 49).

É a partir das percepções de Goffman (2002) que Serrano-Puche (2012) compreende a representação do eu nas redes sociais, um local onde a identidade do indivíduo também se expressa, estabelecendo interações e diálogos. A diferença entre o mundo *online* e o *off-line*, sabe-se, não é a realidade ou a virtualidade, mas sim, o fato de que as interações de um são mediadas por tecnologias e as de outro não. As interações *online* acompanham as interações *off-line*, sendo tão reais quanto. Serrano-Puche (2012, p. 2) destaca a Web 2.0 como um momento de maior colaboração, participação e interação entre os usuários, o que também potencializa a comunicação interpessoal, na qual nota-se o maior compartilhamento de informações pessoais, assim como uma maior produção de conteúdo do próprio usuário.

As redes sociais na internet são portais de identidade onde é possível construir e expressar um “eu” ao publicar e compartilhar informações e conteúdos sobre si mesmo. O “eu” também se revela nas interações que o ambiente mediado pode proporcionar. Ao interagir, o indivíduo não apenas descobre o outro, mas descobre a si mesmo pois torna-se capaz de refletir sobre a realidade social que o cerca. Nesta interação mediada pela tecnologia – assim como nas interações presenciais – o indivíduo escolhe um papel que melhor se adéqua a dado momento ou local. Contudo, no ambiente digital, encarnar um papel é mais fácil e rápido devido às suas peculiaridades. Também é possível ter papéis simultâneos em diferentes locais e para diferentes plateias. Serrano-Puche (2012, p. 4) identificou elementos-chave na teoria de Goffman (2002) sobre a interação social que se aplica à análise da representação do “eu” nas redes sociais.

O primeiro elemento-chave é a dualidade entre a expressão transmitida e a emitida. Quando criam um canal no YouTube, os *booktuber* fornecem informações visuais e verbais sobre a sua identidade enquanto leitor. O modo como inserem informações na plataforma – por meio das descrições, por exemplo – e o tipo de informações que contemplam seus vídeos são expressões transmitidas. O tipo de rede social também modifica tais expressões. Após criar um perfil, o usuário continua nutrindo suas redes sociais, expressando sua identidade e oferecendo uma performance de seus gostos ao atualizar o seu *status*. Comentários, imagens, músicas, notícias, fotos e acontecimentos revelam e constroem um “eu” em ambiente digital. Combinando conteúdos, o usuário constitui uma “identidade mosaico”, gerenciando as impressões que causa nos outros.

Este contexto é percebido em redes sociais como Facebook; já no *booktube*, é fundamentalmente através do conteúdo dos vídeos que se consome ou se produz que essas expressões são transmitidas, gerando uma identidade mosaico, na qual destaca-se um perfil leitor que pode alterar-se ou não com o tempo. É comum o usuário expressar nas redes sociais uma imagem idealizada de si, mostrando sua melhor versão. É neste ponto que o debate sobre o “eu” na internet inflama, pois, essa versão idealizada tem tendência ao narcisismo, dissolvendo as fronteiras entre o público e o privado – o que Sibilia (2008) entende como identidade enquanto espetáculo: o show do eu¹⁹¹. Todavia, a imagem ideal, quando muito distante da imagem real, é desfeita através das expressões emitidas, isto é, expressões involuntárias que também revelam o eu do usuário. No *booktube*, este tipo de expressão é percebido através dos gestos, das falas e das expressões faciais dos *booktubers*. São expressões não planejadas, mas que foram analisadas e publicadas, pois os *booktubers* podem editar e aperfeiçoar os vídeos postados.

A relação entre bastidores e o palco reflete na relação entre *off-line* e *online*. As redes sociais na internet são o palco onde a representação acontece, enquanto os bastidores é a vida *off-line*. No palco, são expressas tanto a fachada pessoal quanto a fachada social do indivíduo, sendo que determinados palcos requerem determinados tipos de fachada. Por exemplo, no Facebook é apresentado um “eu” mais relaxado e amigável enquanto que no LinkedIn¹⁹² um

¹⁹¹ Sibilia (2008, p. 23-31) tece duras críticas ao *eu* da Web 2.0, alegando que não desenvolvemos uma performance, mas sim, um espetáculo: o show do eu. Nesta época, as personalidades são motivadas a mostrarem-se e exibirem-se através das “práticas confessionais”, publicizando cada vez mais os espaços privados, o que acaba diluindo suas fronteiras com o espaço público. Pessoas comuns e suas vidas privadas estão acessíveis aos olhos do mundo. A internet, para a autora, tornou-se um laboratório de subjetividades e construção de personalidades, de *eus*. Um *eu* que é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem e que experiência a si, sendo “capaz de organizar sua experiência na primeira pessoa do singular”.

¹⁹² Disponível em: <<https://www.linkedin.com/>>. Acesso em: 15 jun. 2016.

“eu” fidedigno. No *booktube*, as informações expressas relacionam-se essencialmente com o gosto literário e cultural daqueles que produzem e consomem conteúdo. Todavia, conforme observado nas análises, ao falarem sobre livros, falam sobre si próprios.

O modo como expressamos nossas fachadas também influencia em nossas interações, pois *emoticons*, símbolos e alteração da linguagem formal constituem uma forma criativa de expressão, bem como um signo de identidade grupal. A compreensão da conversação *online* também oferece a oportunidade de abordar um fenômeno em seu sentido cultural. Em outras palavras, o uso da letra maiúscula, das gírias, das abreviações, dos *emoticons*, das imagens e até mesmo dos *memes*¹⁹³ são dispositivos linguísticos culturalmente estabelecidos e propagados na rede. (HINE, 2004, p. 30-32). Para García Canclini (2008, p. 53), através da sociabilidade em rede, constroem-se principalmente grupos de iguais; por mais que algumas vezes, falem diferentes línguas, a conversação em grupo se dá, também, por meio de “modulações linguísticas compartilhadas”, apresentando “códigos estilísticos e de auto reconhecimento semelhantes”.

Para Recuero (2012, p. 17-19), a conversação em rede é “uma nova ‘forma’ conversacional”, mais coletiva e pública. É a conversação “que surge dos milhares de atores interconectados que dividem, negociam e constroem contextos coletivos de interação, trocam e difundem informações, criam laços e estabelecem redes sociais”. Compreendo, então, que a conversação é o caminho para estabelecer relações. Conversando e interagindo, estabelecemos redes sociais. Recuero (2012, p. 47-64) argumenta que apropriamos nossa linguagem escrita para uma linguagem falada, quando utilizamos o computador como mediação dos diálogos, utilizando algumas características próprias, como a inserção do @ e da #.

Essa conversação pode ser síncrona – geralmente percebida em chats, resultando em um diálogo semelhante à conversação oral – ou assíncrona – geralmente percebida no e-mail, quando as respostas não necessitam da copresença dos participantes. Em outras palavras, a

¹⁹³ Na concepção de Fontanella (2009, p. 2), “os *memes* são o conteúdo mais prolífico e infeccioso da Internet”. Para o autor, espalhando de forma viral, alguns *memes* já se tornaram partes do “panorama cultural da web”. No entanto, a proliferação deste *memes* é algo atual, pois, há pouco tempo atrás, estes “raramente saíam daquele universo frequentado por entusiastas da tecnologia”, já atualmente, “é possível observar *memes* aparecendo na mídia de massa, apropriadas por programas de humor ou mesmo por campanhas publicitárias”. Como bem lembra Fontanella (2009, p. 3), o conceito *meme* advém da obra *O Gene Egoísta* (2001), do etólogo Richard Dawkins. O autor destaca que o conceito surgiu, mais propriamente, “quando Richard Dawkins, acreditando ser a teoria Darwiniana da seleção natural boa demais para limitar-se ao campo dos genes, sugere o surgimento de um novo tipo de replicador, surgido no ‘caldo primordial’ da cultura humana”. Assim, o etólogo “propõe o nome ‘*meme*’ ressaltando entre suas vantagens ser uma abreviação do grego para ‘imitação’ (*mimeme*) e por se aproximar da sonoridade de ‘gene’. Dawkins oferece como exemplos de *memes* ‘melodias, ideias, slogans, modas do vestuário, maneiras de fazer potes ou de construir arcos’”, destaca Fontanella (2009, p. 3), lembrando-nos ainda que, para Dawkins, “os *memes* disputam a nossa atenção e o limitado espaço de armazenamento de informações em nossos cérebros”.

conversação síncrona é realizada entre os atores em tempo real e a assíncrona não. O meio, contudo, não é o definidor do tipo de conversação, uma vez que e-mails podem ser trocados simultaneamente e conversas em chats podem ser respondidas em outros momentos. (BARON, 2002, p. 12). Estes dois modos de conversação ocorrem dentro da comunidade *booktube*, em plataformas e contextos diferentes, conforme observado nas análises. Por ora, é perceptível que a conversação na comunidade é informal, descontraída e criativa, primordialmente falada. Essa criatividade também é expressa quando estes utilizam *memes* para expressar ou complementar uma informação.

Por fim, o último elemento-chave – dramatização, distorção e mistificação – é percebido principalmente em redes sociais de namoro e profissionais, onde a criação e a manutenção do perfil têm um objetivo específico, pois dramatiza-se uma personagem. Contudo, por mais que o usuário queira transmitir uma imagem idealizada pensando no que os outros esperam dele, limita-se a exigências da autenticidade, uma vez que as interações realizadas *online* têm como objetivo promover interações *off-line*. Logo, se a imagem transmitida nas redes sociais for discrepante em relação à transmitida cara a cara, há o risco de o usuário causar decepção. A distorção ocorre quando o usuário mente sobre a sua identidade, criando uma fachada falsa. É interessante notar que Eduardo Cilto, um dos *booktubers* analisados, apresenta tanto a dramatização do seu “eu” quanto alinhada ao teatro pois, em alguns vídeos, dramatiza cenas e diálogos para falar sobre suas leituras.

A mistificação, por sua vez, ocorre quando o usuário apresenta qualidades excepcionais, distinguindo-se dos demais. Isso pode acontecer por conta da sua fachada pessoal – méritos, cargos, títulos – ou porque é visto como um líder de opinião, exercendo influência no ambiente digital. A interação comunicativa no ambiente mediado pela tecnologia também se caracteriza como um “jogo” entre interpretação e expressão que pode ser entendido à luz da teoria goffmaniana. Esta interação pode construir, manter e até mesmo fortalecer os laços sociais criados no *off-line*. A singularidade desta interação também permite ao usuário moderar seus relacionamentos, evitando conflitos, controlando o grau de envolvimento e o seu momento.

Alguns estudos sobre a performance foram desenvolvidos em determinadas redes sociais. A partir de pesquisas etnográficas, boyd (2007) reflete sobre como a identidade juvenil americana é modelada no e pelo MySpace através do perfil, da conexão com os amigos e dos comentários – todos visíveis publicamente para um determinado público em rede, dependendo da situação. boyd (2007) ressalta a presença de bandas na rede social onde, entre os jovens, a música atua como cola cultural. Quando estes perceberam a presença das bandas, passaram a acessar mais o MySpace conectando-se com seus ídolos. Outros jovens, contudo, passaram a

acessar a rede social para construir uma representação de si em um ambiente que se tornava cada vez mais popular ou por uma questão de voyeurismo social. Tais adolescentes estavam focados em socializar com pessoas que já conheciam presencialmente ou com as celebridades admiradas. A autora constata que uma das explicações para a popularidade do MySpace estava na forma como proporcionava a sociabilidade entre grupos de amigos que já existiam off-line. Tal como boyd (2007), Liu (2008) compreende os perfis criados no MySpace enquanto performance de gosto, destacando que a identidade é constituída, também, através dos interesses culturais, libertando-se das determinações socioeconômicas tradicionais. O mundo online, neste caso, potencializa os espaços para a experimentação da identidade. Quando cria um perfil nas redes sociais, o sujeito pode expressar suas preferências nos campos da literatura, da música, do cinema, da televisão, enfim, os seus gostos. Liu (2008) constata, assim como Serrano-Puche (2012), que tais expressões nos perfis das redes sociais, apesar de novas, alinham-se com a premissa de “representação do eu” proposta por Goffman (2002). Analisando 127,477 perfis no MySpace, Liu (2008) explorou como as listas de interesses expressos nesta rede social retratavam a identidade de seus usuários, atuando como performance de gosto em uma determinada comunidade com características específicas.

Pensar a performance nas redes sociais também nos leva por dois caminhos de análise que, ao meu ver, se complementam: a performance nas redes sociais enquanto prática de consumo digital e enquanto manifestação do gosto. Amaral (2014, p. 02) compreende que as percepções de Hennion são passíveis de observação nas redes sociais, tal como demonstrado nesta pesquisa. Para a autora, em tais redes “as lógicas da cultura *pop* e do entretenimento – seja a partir de sua linguagem, seja a partir dos aspectos de sociabilidade e de consumo – nos convocam à construção de mapas de gosto e afeto que ganham novos significados e contornos políticos e afetivos”. Neste viés, Pinheiro (2008, p. 115-120) entende que compartilhar preferências e gostos nas redes sociais é “esculpir um perfil de si mesmo por meio de textos escritos, imagens, sons”, é construir uma “estética de si” demonstrando sua seleção de bens culturais e atividades sociais, é “permitir a ampliação da sensibilidade às variações de gostos e estilos”, o que expande o consumo para além de uma paixão consumptiva ou de um esgotamento ao ativar a afetividade. Consume-se experiências “pelo exercício que cada um faz sobre si mesmo e pelo contato que todos mantêm com vidas e escolhas alheias”.

Montardo e Araújo (2013), em pesquisa sobre a página do *WikiLeaks* no Facebook, também associam a performance às práticas de consumo nas redes sociais, ressaltando que a maioria dos estudos não problematiza a questão do consumo neste ambiente. Como mencionado por boyd (2007), a construção identitária a partir do consumo é facilitada pelo acesso e uso das

redes sociais. O consumidor *online* singulariza-se a partir da “customização dos espaços ocupados e das formas de atuação em sites de redes sociais”, constatam Montardo e Araújo (2013, p. 479). Tal facilidade na construção de identidade mostra que o consumo é particular e pessoal, mas, ao mesmo tempo, também estimula a socialização.

Ao teorizar o conceito de consumo digital, Montardo (2013, online) argumenta que “a prática que ele viabiliza é a da socialização *online*”, sendo que esta “como prática requer que atores tenham acesso e capacidade de utilizar os sites de redes sociais, o que é cada vez mais comum diante da facilidade de manejo dessas ferramentas e o baixo custo envolvido nesta operação”. Argumenta que tal consumo pode se dar em três esferas centrais. Primeira: “o acesso a e criação de conteúdos digitais (texto, foto, imagens, som, vídeo, etc.), bem como sua disponibilização (via *uploads*, compartilhamentos, etc.) em sites de redes sociais”. Segunda: “identificação do usuário ou grupo de usuários: as ações anteriormente referidas só terão validade em termos de performance caso se possa identificá-las”. E terceira: envolver “ou não a alocação de recursos financeiros”, ou seja, doações ou compras. (MONTARDO, 2014). No *booktube*, essencialmente, é perceptível o consumo digital relacionado às duas primeiras esferas, conforme se verá no decorrer das análises apresentadas nos capítulos 6 e 7.

A análise da performance nas redes sociais relacionada aos *booktubers* será observada no próximo capítulo. Por ora, atento-me às culturas *fã*, *geek* e *pop*, profundamente imbricadas na identidade do grupo de interesse manifestando gosto, uma vez que, além de leitores, os *booktubers* se intitulam enquanto *fãs*¹⁹⁴, *nerds* e/ou *geeks*, consumindo cultura *pop*. Observando tais culturas, entendo que estas estão atreladas a tipos de consumo, principalmente cultural, relacionando-se às lógicas de mercado ligadas ao entretenimento. Quando os *booktubers* referem-se à cultura *pop*, relacionam-na essencialmente ao consumo de produtos da Indústria Cultural, como explanado no capítulo anterior. Além de livros, há conversas sobre outros elementos que estão inseridos na Indústria Cultural e ligadas ao setor industrial como TV, músicas, filmes, séries, games, etc. Tais conversas caracterizam-se como uma das categorias de vídeos identificadas nos três canais selecionados para a análise. Soares (2013), conceituando a cultura *pop*, ressalta que esta pode atuar como elemento constitutivo de pertencimento e afinidades. Segundo o autor (2013, p. 2), a cultura *pop* pode ser atribuída

¹⁹⁴ Castro (2012) chama a atenção para a presença do consumidor-fã nas redes sociais. Para a autora, as redes sociais possibilitam a constituição deste novo ator social, nas quais marcas e empresas estimulam o consumo de experiência. Tal como a teoria de Solomon (2011) sobre comunidades de marcas, Castro (2012) relata que marcas como *Harley-Davidson*, *Apple* e *Coca-Cola* esforçam-se para que o consumidor não apenas consuma um produto, mas que se identifique com a marca e participe do seu “universo simbólico”.

[...] ao conjunto de práticas, experiências e produtos norteados pela lógica midiática, que tem como gênese o entretenimento; se ancora, em grande parte, a partir de modos de produção ligados às indústrias da cultura (música, cinema, televisão, editorial, entre outras) e estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante.

Fernandes e Rios (2011) consideram que não há uma definição exata ou uma delimitação dos produtos de consumo relacionados à “nerdice”. De acordo com os autores, o dicionário Oxford define o *nerd* como alguém que possui um excessivo interesse por determinado assunto, e que não possui habilidades para relacionamentos sociais. Originada da língua inglesa, a palavra *nerd* era um sinônimo para a palavra *geek*, derivada da expressão *geek*, ou seja, “tolo”. Por outro lado, há quem diga que um *geek* é diferente de um *nerd*, partilhando de inteligência e interesse por tecnologia, mas com maior facilidade para o convívio social. (MATOS, 2011, p. 4). Nos anos 50, a definição *nerd/geek* era direcionada a pessoas tidas como desinteressantes ou “quadradas”. Entretanto, com o passar dos anos, essa definição foi se mostrando errônea.

Hoje, a titulação *nerd*, *geek* ou *CDF* não possui o viés depreciativo que acompanhou tais conceitos no passado. Como argumenta Matos (2011, p. 1), “o *nerd* virou *cool*”, pois passou a ser visto como “alguém que ocupa uma posição privilegiada no cenário pop-tecnológico atual”. No Brasil, o conceito de *nerd* não está relacionado diretamente com o desempenho escolar, assim como o *CDF*. Neste caso, a “nerdice” tem como principais características o autodidatismo, a curiosidade, o gosto por tecnologia e pela cultura *pop*. Além da relação dos *nerds/geek* com o consumo de produtos da Indústria Cultural, Matos (2011, p. 6) destaca que há o surgimento de um “estilo *nerd*”, assim como uma proliferação de lojas especializadas neste nicho, como *Geek Wish*¹⁹⁵ e a *Think Geek*¹⁹⁶. Nesta, além de camisetas relacionadas a este universo, há produtos como brinquedos *geeks*, eletrônicos e demais produtos personalizados, como pijamas, canecas, além de produtos audiovisuais e livros¹⁹⁷.

O dia 25 de maio foi denominado como o *Dia do Orgulho Nerd* – também conhecido como o *Dia da Toalha*. Nesta mesma data, no ano de 1977, estreava o primeiro filme da franquia *Star Wars*. Também é uma data em homenagem à Douglas Adams (2010), autor da série *Guia*

¹⁹⁵ Disponível em: <<http://geekwish.com.br>>. Acesso em: 17 out. 2016.

¹⁹⁶ Disponível em: <<http://www.thinkgeek.com/>>. Acesso em: 17 out. 2016.

¹⁹⁷ Pensando este grupo de leitores, a Amazon promoveu em outubro de 2016 o Geek Friday, uma promoção inspirada na Black Friday, mas com um determinado tipo de literatura. Entre as promoções, incluía-se os livros *Jogador Número 1* (Ernest Cline), *Absolute Sandman* (Neil Gaiman) e *Silo* (Hugh Howey). Disponível em: <<https://goo.gl/FxIjdX>>. Acesso em: 20 out. 2016. Aproveitando a promoção, a editora Aleph compartilhou um vídeo com algumas recomendações de leitura. Disponível em: <<https://youtu.be/TJhzh6W8ook>>. Acesso em: 20 out. 2016.

do *Mochileiro das Galáxias*, uma “obra canônica para os *nerds*”. (MATOS, 2011, p. 6). É a partir da obra de Adams que o dia é comemorado com o acompanhamento de uma toalha.

Conforme destaca Matos (2011, p. 11), o *nerd* e o *geek* não são meros consumistas, apesar da cultura *nerd* estar atrelada a um determinado tipo de consumo. Esse consumidor “adquire, se apropria e transforma artefatos culturais (estejam eles em suportes físicos ou não) de modo a fazê-los significar e, principalmente, ajudar a construir sua narrativa biográfica”. Resgatando a noção de capital cultural de Bourdieu (2013), a autora ressalta que este pode ser corporificado e objetificado através das coleções. Na cultura *nerd*, contudo, os mapas sociais não são estabelecidos através daquilo que se consome, mas como se consome o que se consome.

A cultura *nerd* pode ser considerada uma subcultura dentro da cultura fã. O que a diferencia é o apreço não por um ídolo ou um produto em específico, mas a um conjunto de narrativas e textos que permeiam desde tecnologia até histórias em quadrinhos e livros de ficção científica. A cultura fã é expressa nas descrições dos *booktubers* tanto quando estes se intitulam como “fã de leitura”, “fã de literatura”, quanto quando se intitulam *livromaníacos*, *bookaholics* ou *booklover*. Todas as expressões referem-se, de uma forma geral, ao mesmo significado: pessoas que são profunda e emocionalmente conectadas à leitura e à literatura. Alguns também se intitulam como fãs de um determinado autor, tal como os *booktubers* participantes da pesquisa: Eduardo Cilto, que é fã do John Green e Tatiana Feltrin, que é fã de Edgar Allan Poe.

Há leitores-fãs praticamente desde o surgimento do romance. O que muda, na conjuntura atual, é que esse leitor-fã agora está inserido em um novo contexto, alterando algumas instâncias dessa leitura. Conforme nota Jenkins (2015, p. 337), “o robusto sistema de circulação da web aumentou a velocidade e a escala com que a produção de fãs opera, e, assim, expandiu a influência da ‘invasão’ fã sobre a cultura geral”.

Jenkins (2015, p. 323), antes de *Textual poachers*, os estudos sobre os fãs focavam-se essencialmente em entendê-lo de forma patológica e distanciada, levando ao pé da letra o termo fã – do inglês *fan*, forma abreviada da palavra *fanatic* [fanático], que por sua vez deriva da palavra latina *fanaticus*. O fã era visto como alguém que precisava “cair na real”, um sujeito isolado vivendo em um mundo de fantasia. Jenkins (2015, p. 34), auto intitulado “aca-fan” [acadêmico-fã], constata que a imagem do fã como alguém fanático ou louco deriva das representações iniciais sobre leitores que se identificavam com personagens de forma excessiva, resultando em uma apreensão sobre o consumo demasiado de ficção, tal como nas histórias de *Dom Quixote* e *Madame Bovary*.

Para além da narrativa, Alexandre Dumas Filho ressaltava que os leitores queriam saber de tudo sobre a história que gostavam. Liam e reliam os livros, pesquisavam sobre a vida do

autor, a inspiração para as personagens, os possíveis destinos da história, etc. Para Juan Forn, o desejo de todo autor é conseguir provocar nos leitores o que os romances de Charles Dickens provocavam: o Efeito Sherazade, ou seja, o incessante desejo de saber o desenrolar de uma história. (SIBILIA, 2008, p. 167-220).

Os fãs são produtivos – apresentam uma “produtividade semiótica” – e participativos, produzindo significados próprios, tais como os fãs da Madonna que ressignificaram a sexualidade ou as leitoras-fãs de romances que ressignificaram os valores femininos em oposição ao patriarcado. Esta ressignificação pode ser compartilhada de diversas formas, alcançando pessoas que não eram integrantes da comunidade de gosto. Muitas vezes, lembra Fiske (1992, p. 38), quando colegas de trabalho ou de escola, amigos ou vizinhos conversam demasiadamente sobre um determinado programa, banda ou livro, algumas pessoas sentem-se atraídas a participar da conversa e integrar-se na comunidade. Isso se dá porque o gosto também é constituído nas relações sociais.

Como observa Jenkins (2015, p. 46-62), o fã não apenas invade o texto, ele eleva a “invasão à arte”. Escolhe um produto midiático ou cultural, lê textualmente e intertextualmente, faz justaposições e cria a partir de tal produto. Essa leitura é um processo social por meio do qual “interpretações pessoais são moldadas e reforçadas através de discussões constantes com outros leitores”, potencializando a “experiência do texto”.

5.2.3 O YouTube enquanto rede social

O YouTube é uma plataforma que permite aos seus usuários o armazenamento e o compartilhamento de vídeos, mas não se limita a isso. Atualmente, comporta diversos grupos sociais e culturais, oferta múltiplas possibilidades de utilização, atuando como espaço de significação e conexão. Nesta pesquisa, o entendo enquanto rede social, conectando por meio do tema norteador dos vídeos pessoas que gostam de ler e que produzem e/ou consomem conteúdo. Antes de compreender e conceituar a comunidade *booktube* e os *booktubers*, observo o YouTube a partir de sua trajetória, características e peculiaridades.

Lançado em 2005 e adquirido pelo Google em 2006, o YouTube, assim como outros portais de vídeo *online*, transformou de forma definitiva o modo como as pessoas se relacionam com conteúdos. Fundado por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, antigos funcionários do PayPal – *site* de comércio *online* –, iniciou suas atividades com uma interface integrada e simples, na qual “o usuário podia fazer o *upload*, publicar e assistir vídeos em *streaming* sem necessidade de altos níveis de conhecimento técnico e dentro das restrições tecnológicas dos

programas de navegação padrão e da relativamente modesta largura da banda”. (BURGESS e GREEN, 2009, p. 14-15, grifo do autor).

Desde seu lançamento, já oferecia algumas funções básicas de redes sociais, tais como a conexão com outros usuários e a possibilidade de gerar códigos HTML e URLs que possibilitavam a incorporação dos vídeos em outros *sites*, diferencial este que aproveitava a introdução de uma recente tecnologia: o *blogging*. (BURGESS e GREEN, 2009, p. 14-15, grifo do autor). Não há como especificar ou determinar qual foi o fator chave que tornou o YouTube o sucesso que é hoje. Burgess e Green (2009, p. 9) alegam que ficamos fascinados quando nos tornamos a mensagem, então, “talvez por isso o YouTube seja um irresistível local dessa enorme ágora virtual que, independentemente dos seus problemas e formatos, permite a cada um ser a própria mídia”.

Segundo Tancer (2009, p. 222), “em algum momento entre novembro de 2005 e janeiro de 2006”, o YouTube se transformou na maior plataforma de vídeo *online* da internet. Seu primeiro vídeo, com duração de 18 segundos intitulado *Eu no zoológico*¹⁹⁸, foi postado por Jawed Karim, um de seus funcionários. Em poucas semanas, a plataforma já recebia mais de 30 mil vídeos por dia. Em janeiro de 2006, esse número passou para 25 milhões. Tancer (2009, p. 222) atribui ao e-mail o papel de grande difusor da plataforma pois, em cada vídeo, havia a possibilidade de que os primeiros usuários compartilhassem com seus amigos o que estavam assistindo, disseminando de forma rápida a notícia sobre a existência do YouTube.

Hoje, o YouTube possui mais de 1 bilhão de usuários. Isso significa que, dentre três pessoas que estão na internet, uma está no YouTube. A plataforma está disponível para 95% da população mundial com acesso à internet, disponibilizada em 76 idiomas diferentes. Um dos seus esforços atuais é capacitar criadores de conteúdo por meio de workshops e programas estratégicos que são realizados em São Paulo, Berlim, Tóquio, Londres, Los Angeles e Nova York. (YOUTUBE, 2016, online). Lançou em setembro de 2016 o aplicativo YouTube Go, que possibilita a visualização de vídeos mesmo sem conexão, disponibilizado atualmente apenas na Índia. (ADNEWS, 2016, online).

Primeiramente, o YouTube apresentava o slogan “*Your Digital Video Repository*” (Seu repositório de vídeos digitais). Atualmente propõe: “*Broadcast yourself*” (Transmita você mesmo). A mudança do seu conceito, ou seja, “de um recurso de armazenamento pessoal de conteúdos em vídeo para uma plataforma destinada à expressão pessoal”, para Burgess e Green

¹⁹⁸ O vídeo foi postado precisamente no dia 23 de abril de 2005, com a descrição: “The first video on YouTube, uploaded at 8:27 P.M. on Saturday April 23rd, 2005. The video was shot by Yakov Lapitsky at the San Diego Zoo”. Disponível em: <<http://youtu.be/jNQXAC9IVRw>>. Acesso em: 26 jul. 2014.

(2009, p. 21), “coloca o YouTube no contexto das noções de uma revolução liderada por usuários que caracteriza a retórica em torno da ‘Web 2.0’”. Neste viés, o YouTube pode ser entendido de duas formas: como uma empresa de mídia, atuando enquanto agregador de conteúdo e plataforma de mídia, embora não se caracterize, de fato, enquanto produtora de conteúdo; ou como um *site* de cultura participativa, atuando como uma plataforma de compartilhamento de vídeos produzidos por seus usuários. É a partir da participação que o YouTube se torna uma rede social.

Por meio das análises e do acompanhamento do desenvolvimento do *site* discirno que, mesmo ainda integrando a cultura participativa, os vídeos postados nem sempre são produzidos de forma amadora; pode-se dizer que hoje o YouTube contempla uma ampla gama de vídeos que estão situados no meio termo, entre um vídeo caseiro gravado com o auxílio de um celular e um vídeo gravado em um estúdio profissional, tal como os vídeos produzidos pela maioria dos *booktubers*, especialmente aqueles que dispõem de uma significativa quantidade de inscrições. Contudo, cabe ressaltar que o YouTube, desde seu início, direciona seus serviços tendo o compartilhamento de conteúdo como algo primordial, deixando para segundo plano a qualidade dos vídeos. Quanto à função, pode atuar como arquivo de mídia, plataforma de veiculação, *site* de grande tráfego e rede social, entre outras possibilidades. (BURGESS e GREEN, 2009, p. 21-23).

Unindo cultura e mídia, Burgess e Green (2009, p. 13-24) analisam o *site* pelo viés dos Estudos Culturais, pois compreendem a plataforma como um “sistema cultural intermediado”. Também apresentam outros estudos que se dedicam à compreensão da plataforma, como a pesquisa desenvolvida por Lange (2009). A partir de uma pesquisa etnográfica com duração de dois anos, Lange (2009, p. 71) dedicou-se à compreensão dos vídeos de afiliação, definidos pela autora como vídeos que contemplam sentimentos de filiação ou sentimentos de atração, seja por ideias, coisas ou pessoas. Ou seja, dedicou-se a vídeos que possibilitam conexão. Constata que o YouTube oferta diversas possibilidades de contato com temas preferidos. Dentre estas possibilidades, a autora foca-se na filiação entre pessoas, destacando a relevância dos estudos nesta área, uma vez que estes podem elucidar como as redes sociais são negociadas por meio dos vídeos. Tais vídeos não são destinados ao público em geral, mas a um determinado grupo de pessoas que são conectadas por partilharem algum interesse em particular. São um modo de comunicação aberta por meio da conversa sobre experiências informais.

Lange (2009, p. 78) observa os vídeos caseiros que são postados no YouTube e compartilhados com amigos. São vídeos de pessoas encenando lutas, comendo, bebendo, comemorando. Esses vídeos caseiros também se relacionam essencialmente ao corpo dos

indivíduos que produzem o conteúdo. O corpo faz parte da conexão humana através do vídeo. Comenta sobre um determinado vídeo no qual o *youtuber* declara “eu não estou morto”, justificando sua ausência do canal e afirmando que continuará fazendo vídeos. Para a autora, esta afirmação demonstra a intimidade de um futuro encontro e as explicações de uma falta. Esta promessa de um próximo encontro e um vislumbre do que irá acontecer é uma das características dos vídeos de afiliação.

Os *youtubers* analisados também mencionam constantemente os problemas técnicos do vídeo – *desculpe pela luz, desculpe pelo volume baixo, desculpe pelo reflexo* –, o que, para Lange (2009, p. 81), remete à função fática da linguagem estabelecida por Malinowski. Esta função visa prolongar, estabelecer ou interromper a comunicação, para atrair ou manter a atenção. São mensagens que não transmitem uma informação concreta, mas que mantêm o diálogo, prolongando a comunicação por meio de formas ritualizadas, tais como comentários sobre o tempo, saudações, conversas fiadas etc. Estas expressões são pouco notórias no *booktube*, essencialmente naqueles em que há uma quantidade considerável de inscrições; isso porque o *booktuber* empenha-se para que a boa qualidade do seu conteúdo, em questões técnicas, seja alcançada e mantida. Por outro lado, justificativas de ausências e pedidos de desculpa em virtude destas podem ser observadas na comunidade.

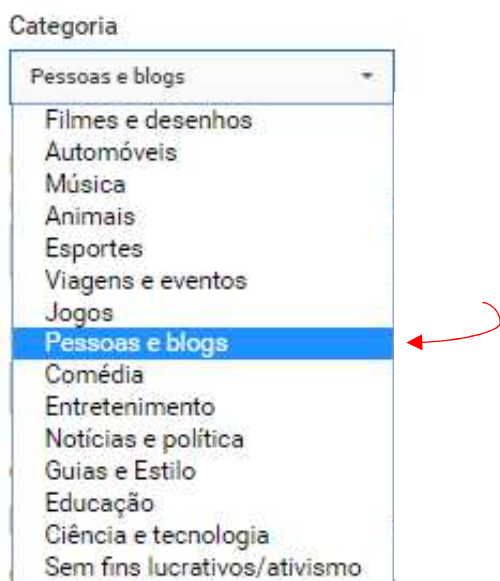
Neste viés, Lange (2009, p. 83) ressalta que, através dos vídeos de afiliação, aqueles que os assistem sentem-se conectados à pessoa, e não apenas ao vídeo. Uma pessoa que compartilha uma crença, um interesse ou um gosto em comum. No entanto, para a autora, seus vídeos analisados possuem conteúdos efêmeros, mas ainda assim relevantes. Os críticos de tais vídeos, atentando-se ao seu aspecto técnico e estético, deixam de perceber o valor das conexões estabelecidas por meio deles. A partir da explanação de Lange (2009), entendo que os vídeos produzidos pelos *booktubers* podem ser considerados vídeos de afiliação; esta conexão acontece – ou, ao menos, se inicia – através da partilha de um interesse, de um gosto. Contudo, os *booktubers* não produzem vídeos com conteúdos efêmeros, tal como os vídeos analisados pela pesquisadora, mas sim, vídeos que possuem um campo específico.

Assim como Lange (2009, p. 83) argumenta ser um equívoco avaliar os vídeos por meio de sua qualidade técnica e estética, Burgess e Green (2009, p. 26) destacam que interpretar o YouTube somente através de seus números ou categorias não contempla de forma plena as potencialidades do *site*, pois estas diretrizes pertencem a uma “estrutura imposta” por seu *design*, sendo ultrapassadas pelos usuários que se organizam e atuam por meio da prática coletiva, de forma orgânica. Exemplificando tal questão, é possível observar os usos segmentados do YouTube e suas categorias. Tal classificação é um recurso oferecido pelo *site*

para que os usuários classifiquem seus canais e organizem as buscas de forma eficaz, entre outras possibilidades. No entanto, se nos atentarmos à categoria *Pessoas e blogs*, na qual a maioria dos *booktubers* cadastra seu canal, percebemos o vasto campo de segmentos que apenas esta categoria contempla.

Ao observar as Figuras 11 e 12, noto que não há uma uniformidade de conteúdos que são classificados nesta categoria. Portanto, é preciso ir além das definições pré-estabelecidas pelo *site*, para que o pesquisador possa compreender as peculiaridades de seus usos e de seus usuários. Neste ponto, o trabalho de Lange leva-me a pensar tais usos “como parte do cotidiano das pessoas reais e como parte dos variados meios de comunicação que todos experimentamos em nossas vidas, e não como um depósito de conteúdo intangível”. (BURGESS e GREEN, 2009, p. 26).

Figura 11 – Categoria do YouTube.



Fonte: YouTube.

Figura 12 – Categoria do YouTube.



Fonte: YouTube.

Burgess e Green (2009, p. 28) notam que este “fenômeno da cultura participativa” está transformando a mídia e a sociedade. Focando-me na cultura participativa presente no YouTube, percebo que tal contexto não é algo plenamente positivo. Na prática, “as novas configurações econômicas e culturais que a cultura participativa representa são tão contestadoras e incômodas quanto potencialmente libertárias”. Aqui há algumas disputas, tanto em questões culturais quanto em questões políticas – como direitos autorais, por exemplo. Contudo, a apropriação do YouTube enquanto plataforma propagadora e provedora de participação demonstra que a sociedade – leitores, amadores, pessoas comuns – expõe e cria

cada vez mais. Aqueles que participam do YouTube, para Burgess e Green (2009, p. 72), se “envolvem claramente em novas formas de ‘publicação’, em parte como uma maneira de narrar e comunicar suas próprias experiências culturais, incluindo suas experiências como ‘cidadãos-consumidores’”.

A criatividade cotidiana, lembram Burgess e Green (2009, p. 31-33), “não é mais trivial ou estranhamente autêntica, mas sim ocupa uma posição-chave nas discussões dos mercados de produção de mídia e seu futuro no contexto da cultura digital”. Desta forma, não basta compreender o YouTube através do que ele propõe, mas através do modo como é assimilado e utilizado por seus usuários, tal como recomenda Hine (2004). A criatividade da sociedade mostra-se, também, nas diversas formas que os cidadãos-consumidores utilizam a plataforma, “por meio de um modelo híbrido de envolvimento com a cultura popular – parte produção amadora, parte consumo criativo”.

A partir disso, entendo que o *site* “ilustra as relações cada vez mais complexas entre produtores e consumidores na criação do significado, valor e atuação”. Burgess e Green (2009, p. 33-63) são convictos de que o YouTube é uma “ruptura cultural e econômica”. Portanto, o pesquisador precisa entender o YouTube tanto como um negócio quanto como uma “fonte cultural co-criada por seus usuários”. Deste modo, será de maior proveito entendê-lo “atuando como um mecanismo de coordenação entre a criatividade individual e coletiva e a produção de significado; assim como um mediador entre vários discursos e ideologias divergentes voltados para o mercado e os vários discursos voltados para a audiência ou para o usuário”. Assim, chego ao conceito de YouTubicidade, defendido pelos autores como a cultura particular e compartilhada através do YouTube, atuando de acordo com sua diversidade e complexidade. É inserido em tal cultura que os vídeos amadores e os vlogs adquiriram visibilidade.

5.2.3.1 O vídeo amador e os vlogs

Abordar o vídeo amador e os vlogs presentes no YouTube mostra-se como uma tarefa complexa, pois tais vídeos estão ligados tanto aos “consumidores exibicionistas” que participam de *talk shows* ou de programas de televisão, quanto à “história social do filme caseiro” que documenta a vida comum dos cidadãos, mas que agora disputam atenção para transmitirem-se. (BURGESS e GREEN, 2009, p. 47). Deste modo, não aprofundarei em análises sobre as origens dos vídeos amadores ou suas diferenças e semelhanças com vídeos que são produzidos por grandes empresas.

No YouTube, há uma diversidade infinita de vídeos amadores que apresentam desde coreografias de funk, aulas de inglês até cantores e atores desconhecidos. Apesar de contemplar muitos vídeos que possuem poucas visualizações, o *site* também se tornou conhecido por possibilitar o surgimento de webcelebridades, também conhecidas como “fenômenos da internet”. Como nota Anderson (2006, p. 78-97), aqueles que não se enquadram na “indústria do entretenimento vão para a internet e ficam populares”¹⁹⁹.

Algumas destas webcelebridades fazem sucesso com apenas um vídeo caseiro compartilhado na plataforma, são reconhecidos pelo público, tornam-se destaques em meio a uma grande quantidade de vídeos e, algumas vezes, esta proeminência os leva ao reconhecimento da mídia de massa, mesmo que os criadores de tais vídeos, em um primeiro momento, não tivessem pretensões de exposição midiática, tal como os irmãos do vídeo *Para a nossa alegria*²⁰⁰ e Luane Dias²⁰¹. O reconhecimento do público é algo inesperado, mas comemorado. (JEFFMAN; VILELA, 2013). Outras webcelebridades tornam-se conhecidas a partir da quantidade significativa de inscrições e visualizações em seu canal do YouTube. Entre eles, destacam-se os *youtuber* Whindersson Nunes²⁰² (13.292.352 inscrições), Kéfera Buchmann²⁰³ (9.639.650 inscrições) e Felipe Neto²⁰⁴ (6.458.446 inscrições). Legitimados ou não, torna-se claro que os fenômenos da internet são apenas uma das possibilidades advindas da complexidade e da diversidade do YouTube. Também se torna claro que, na internet, as formigas podem ter megafones e os “novos formadores de preferência somos nós”.

Os vlogs, por sua vez, podem ser considerados como “um gênero de produção cultural”, também compreendido por Burgess e Green (2009, p. 48-50) como “a cultura do quarto”. Isto se dá porque, em geral, os vlogs são gravados nos quartos dos vlogueiros. Deste modo, o quarto atua como um “espaço semiprivado de participação cultural”, tornando-se cada vez mais publicizado através de câmeras e webcams, ao ser compartilhado em redes sociais e no próprio YouTube. Burgess e Green (2009, p. 51) lembram que a grande maioria das discussões sobre os vlogs destaca que a principal motivação para a sua existência é a “promoção pessoal”. Assim, em tais discussões, os vlogueiros são “representados como produtores individuais voltados para a expressão pessoal e mais interessados em ‘se transmitirem’ do que em se envolver na produtividade textual como um meio de participação em redes sociais”. No entanto, ao contrário

¹⁹⁹ Esta questão foi discutida em Jeffman; Vilela (2012, 2013).

²⁰⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=obUgDPa2caY>>. Acesso em: 26 jul. 2014.

²⁰¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sBRW1_A4YAc>. Acesso em: 26 jul. 2014.

²⁰² Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/whinderssonnunes>>. Acesso em: 18 out. 2016.

²⁰³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/5incominutos>>. Acesso em: 18 out. 2016.

²⁰⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/felipeneto>>. Acesso em: 18 out. 2016.

de tais discussões, observo outras motivações para a existência dos *booktubers*, como o ato de compartilhar opiniões sobre livros, por exemplo.

Vlogar é, para Burgess e Green (2009, p. 78), uma das maneiras mais emblemáticas da relação entre o YouTube e seus usuários. Para os autores, “a predominância de entradas de vlogs foi significativa por ser quase exclusivamente um modo de produção de vídeo *online* criado por usuários. O próprio ato de vlogar não é necessariamente novo ou exclusivo do YouTube, mas constitui uma maneira emblemática de participação no *site*”.

Contudo, por mais que os canais do YouTube possam ser considerados vlogs, levando o conteúdo dos blogs para o vídeo, os *booktubers* fazem uma diferenciação entre os seus vídeos padrões e os denominados vlogs. Estes últimos remetem aos vídeos feitos sem um pré-roteiro, geralmente sem edições ou equipamentos apropriados de vídeo e som. Costumam ser gravados fora do cenário tradicional dos *booktubers*. Os vídeos que Tatiana Feltrin, uma das *booktubers* analisadas, denomina de vlogs são mais curtos, não editados, gravados em lugares como a praia²⁰⁵ e a sala de aula²⁰⁶, filmados sem o auxílio de um apoio para a câmera, o que indica que a *booktuber* filma a si própria segurando a câmera com uma das mãos. Também são utilizados em confraternizações²⁰⁷ e eventos²⁰⁸, nos quais o *booktuber* leva a câmera e grava os locais por onde circula e o que está acontecendo em tais espaços. Pode-se se dizer que os vlogs são vídeos mais dinâmicos e improvisados, diferentemente do tipo de vídeo padrão produzido por um *booktuber*.

Esses vídeos padrões, assim como os vlogs, remetem ao imediatismo, à vivacidade, à comunicação direta. Remetem à comunicação interpessoal, feita cara a cara, por mais que os participantes de tal comunicação não estejam em um mesmo espaço e um mesmo tempo. Esta característica é um “importante ponto de diferenciação entre o vídeo *online* e a televisão”, segundo Burgess e Green (2009, p. 79). O modo direto de atuação dos canais convida naturalmente os usuários à reação. E é esta reação, esta relação, que constrói redes sociais. É por isso que entendo, compartilhando da concepção de Burgess e Green (2009, p. 86), que o YouTube é uma rede social. Não por suas pretensões ou objetivos ao ser criado, mas pelo modo como os usuários se apropriam da plataforma, ultrapassando barreiras de sua arquitetura e funcionamento, utilizando e criando recursos para que as conversações e relações possam ser estabelecidas dentro do *site*. Burgess e Green (2009, p. 91) ressaltam que “umas das mais

²⁰⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/VNge5Slme60>>. Acesso em: 18 out. 2016.

²⁰⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/Ztm0SWCjAHI>>. Acesso em: 18 out. 2016.

²⁰⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/s909djfmbII>>. Acesso em: 18 out. 2016.

²⁰⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/M0GHkYoeJS4>>. Acesso em: 18 out. 2016.

impressionantes características voltadas à comunidade dos *youtubers* é que elas acontecem dentro de uma arquitetura que não foi projetada em primeira instância para participação colaborativa ou coletiva”.

Meu interesse no YouTube é nos usuários que tornaram a plataforma uma rede social ao construir comunidade. Diferentemente do Facebook – onde as relações e redes são constituídas através de amigos e seguidores –, no YouTube, o tipo de conteúdo do vídeo é o que, em geral, define essas conexões. Usuários que postam conteúdos sobre o mesmo assunto, como livros, constroem uma rede sólida de amigos, utilizando os próprios vídeos e outras estratégias desenvolvidas – como vídeos-resposta, *Tag's*, comentários, etc – para estabelecer tais conexões. E, como afirmam Burgess e Green (2009, p. 86), “no YouTube é o próprio conteúdo dos vídeos o maior veículo de comunicação e o principal indicador de agrupamentos sociais” e é a partir de tais conteúdos que os usuários constroem o seu “núcleo social” dentro da plataforma. Compreendo que são os usuários “da rede social do YouTube que estão produzindo muito do valor cultural, social e econômico do YouTube”, pois, “de maneira mais abrangente na cultura participativa, qualquer capacidade da plataforma em gerar valor depende do envolvimento ativo de comunidades de usuários cocriadores”.

Ressalto, juntamente com Burgess e Green (2009, p. 101-102), que os recursos utilizados pelos *booktubers* não primam pelo objetivo de “se transmitir”, mas sim, contornar os limites existentes no YouTube para que se possa suprir “o desejo poderoso” de constituir comunidade e estabelecer conexões. Afinal, conforme Castells (1999, p. 449), “as pessoas moldam a tecnologia para adaptá-la a suas necessidades”. Deste modo, percebo que os *booktubers* são “letrados” em YouTube, ou seja, não apenas criam e consomem o conteúdo em vídeo, como também são capazes de entender o funcionamento do YouTube, seja como um conjunto de tecnologias, seja como uma rede social. Esse letramento, isto é, o desenvolvimento e o aperfeiçoamento das “competências tecnológicas e culturais específicas necessárias para navegar, se comunicar e inovar dentro da rede social do YouTube” não é algo isolado. Ao contrário, é coletivamente construído, ensinado e compreendido “como parte do modo como a rede social se desenvolve”. A partir disso, avanço em minhas compreensões ao observar as comunidades virtuais, visto que, o núcleo social construído a partir do YouTube é entendido por mim – e pelos próprios *booktubers* – enquanto comunidade.

5.3 Comunidades virtuais

Conforme observado, na percepção de Castells (2003, p. 47) a cultura comunitária virtual é uma das quatro culturas que compõem a internet. O autor lembra que, na década de 80, seus primeiros integrantes eram pessoas tecnologicamente sofisticadas, como os pesquisadores da Arpanet, que criaram listas de e-mails temáticas como a SF-Lovers, destinada aos amantes de ficção científica, revelando que a leitura constitui comunidades desde o início da Web. Foi na década de 90 que a “Web explodiu”, permitindo com que pessoas com poucos conhecimentos técnicos participassem das comunidades virtuais. Deste modo, a cultura comunitária participou da moldagem dos processos, usos e formas sociais da internet.

Com a obra *A comunidade Virtual*, originalmente publicada em 1993, Rheingold (1996, p. 18) tornou-se um dos primeiros teóricos a conceituar comunidade na internet, entendendo-a como “agregados sociais que surgem da rede, quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante [...] discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço”. Rheingold (1996) constata que sua vida pré-modern era diferente da forma como se apresenta hoje, isso porque, com a internet, pôde conhecer um amplo número de pessoas, novas culturas e novas experiências a partir de sua vivência em comunidades virtuais.

A publicação de Rheingold (1996, p. 13) precedeu em quatro anos a criação da primeira rede social na internet. Logicamente, sua percepção de comunidade virtual não surgiu de tais plataformas, mas a partir da WELL, “um sistema de tele transferência por computador que permite aos utentes espalhados pelo globo a participação em conversas públicas e a troca de correspondência privada via correio eletrônico”. Era a conversa e o seu assunto, basicamente, o cimento social que compunha a comunidade nesta época. Assim, em 1993, as comunidades que Rheingold (1996) conhecia e participava eram compostas por indivíduos que geralmente utilizavam identidades falsas, apresentando-se ao grupo com nomes fictícios. Os perfis também não exibiam fotos do usuário ou informações detalhadas sobre este, o que tornava possível que pessoas que conversavam diariamente através do computador não se reconhecessem, caso cruzassem uma pela outra na calçada.

Após sete anos, Rheingold (2000, online) revisa sua obra e publica um capítulo adicional, objetivando repensar o conceito de comunidade virtual, tanto porque sua publicação foi duramente criticada por teóricos da área²⁰⁹ quanto porque o contexto e as comunidades

²⁰⁹ Entre tais críticos estão Ludlow (1996), Stoll (1995) e McClellan (1994). Ludlow (1996) argumenta que, com a internet, a sociedade tornou-se alienada, esquecendo-se do verdadeiro sentido da comunidade. Questiona-se se

virtuais alteraram-se significativamente. Conforme Baym (2010, p. 73), as pessoas possuem a tendência de duvidar se as conexões estabelecidas em novos meios são autênticas, questionando o impacto de tais reações na sociedade. Um debate um tanto quanto estéril, diria Castells (2003, p. 98). Na concepção de Rheingold (2000, online), a percepção dos teóricos que o criticaram era de que a utilização do conceito “comunidade”, ressignificada em um contexto digital, degradaria seu “sentido real”, pois pensavam que as pessoas eram “mais humanas” em suas interações presenciais do que nas virtuais. Todavia, Rheingold (2000, online) nota que “cada vez mais, torna-se possível recriar essa comunidade perdida no ciberespaço, através da formação de comunidades de interesse que não estão vinculadas pelos acidentes da geografia”.

Para Rheingold (1996, p. 42), o desenvolvimento das comunidades virtuais se deu por dois motivos: porque os espaços públicos presenciais estavam diminuindo e porque os entusiastas da internet haviam encontrado um modo inovador de interagir. Sobre o primeiro motivo, o autor constata que, segundo Ray Oldenburg, há três lugares fundamentais: o local onde trabalhamos, o local onde vivemos e o local onde nos reunimos. Rheingold (1996) entendia que, “à medida que o modo de vida suburbano baseado no automóvel, no hipermercado e na comida rápida foi eliminando muitos dos ‘terceiros lugares’ das cidades tradicionais em todo o mundo, o tecido social das comunidades aí existentes começou a desagregar-se”. As comunidades virtuais se enquadrariam neste terceiro local.

Entendo que tais comunidades estavam tomando forma na década de 90. Sendo um dos primeiros teóricos a refletir sobre o conceito, Rheingold (1996) desenvolveu percepções que ainda vigoram, mas cometeu alguns equívocos. Contudo, estes somente puderam ser percebidos e reavaliados com o passar dos anos. Em sua revisão, Rheingold (2000, online) retifica-se, argumentando ser errônea a concepção de que as comunidades virtuais teriam surgido graças à “desintegração das comunidades tradicionais de todo o mundo”. Para o autor, as comunidades virtuais não surgiram para substituir as comunidades presenciais, mas para existirem de modo concomitante. Outro equívoco é acreditar que tais comunidades são formadas essencialmente por indivíduos que utilizam perfis falsos, fato que gerou acusações de que a internet estaria induzindo as pessoas a viverem fantasias *online* como uma fuga do “mundo real”. (CASTELLS, 2003, p. 98).

ainda podemos chamar de vizinhos as pessoas que moram perto de nossa casa, mas que não conhecemos. Para Stoll (1995), a internet não uniu a sociedade; ela isolou as pessoas umas das outras. McClellan (1994) afirma que não estamos inseridos em comunidades, mas em pseudocomunidades, uma vez que a internet estaria contribuindo para nos tornarmos solitários. Constata que, “assim como a TV produz batatas de sofá, de certa forma, a cultura *online* cria batatas do mouse, pessoas que se escondem da vida real e passam a vida inteira jogando conversa fora no ciberespaço”. (MCCLELLAN, 1994 apud RHEINGOLD, 2000, online).

Com o desenvolvimento das redes sociais na internet, as pessoas foram incentivadas a criar laços sociais reais a partir de informações e características verdadeiras. Tal como afirmado anteriormente, elas levaram para as redes sociais na internet relações que já possuíam anteriormente e/ou gostos e predileções que são vividas no *off-line*. As relações vividas na internet são extensões da “vida como ela é, em todas as suas dimensões e sob todas as suas modalidades”. (CASTELLS, 2003, p. 100). Além disso, segundo Wellman e Gulia (1999, p. 345), os críticos focam-se de modo demasiado na tecnologia em si, não percebendo que os relacionamentos não acontecem exclusivamente nas comunidades virtuais, pois há diversos casos de laços comunitários que atuam tanto *online* quanto *off-line*, utilizando a internet como um dos seus meios de comunicação.

Esta característica é percebida entre os *booktubers*, uma comunidade que é formada e vivida em ambiente digital, mas que leva para o ambiente presencial alguns dos seus laços sociais. Difere das observações dos autores ao fazer um caminho inverso, isto é, não traz as relações *off-line* para o *online*, mas sim, leva para o *off-line* as relações estabelecidas e fortalecidas no *online*. Demonstra desta forma que, com as comunidades virtuais – e com as redes sociais na internet –, estes laços podem expandir-se, uma vez que tais comunidades são essencialmente formadas por pessoas que possuem afinidades, que partilham gostos, tornando-as membros de um grupo que é constituído a partir de uma identificação simbólica.

Sobre este aspecto, Castells (2003, p. 98) ressalta que as comunidades virtuais protagonizaram um processo histórico ao desvincular sociabilidade e localidade para a formação da comunidade, apresentando novos processos, novos padrões, novas seleções e novas relações sociais que “substituem as formas de interação humana territorialmente limitadas”. Isso não significa, contudo, que a sociabilidade com base na localidade tenha desaparecido – ou tenda a desaparecer. Um dos elementos que contribuem para a nossa evolução social é justamente a “crescente diversidade de padrões de sociabilidade”. E a sociabilidade digital é uma delas, na qual a questão chave é o deslocamento da comunidade para a rede. Castells (2003, p. 105) destaca que a conceituação das comunidades virtuais chamou a atenção para o “surgimento de novos suportes tecnológicos para a sociabilidade, diferentes de formas anteriores de interação, mas não necessariamente inferiores a elas”. Os laços criados nas comunidades virtuais, mesmo quando fracos, não podem ser desprezados.

A concepção de localização geográfica transformou-se com a internet, mas não somente a partir dela. Isso porque os meios de transporte, o telefone e as cartas também permitiam a manutenção de relações à distância. (WELLMAN, GULIA, 1999, p. 333). Contudo, com a internet, o sentido de “lugar” foi ampliado. Se a localidade geográfica se torna irrelevante para

as comunidades virtuais, o elemento de conexão no cerne da comunidade torna-se o interesse em comum. Assim, comunidade é a “qualidade de comum”; participamos de uma comunidade se partilhamos algo com os demais membros, imbuídos de sentimento de pertença. Nas comunidades virtuais, o comum não se relaciona apenas ao sangue ou ao território, mas a interesses específicos. (CASTELLS, 2003, p. 110).

Tais comunidades são desterritorializadas, pois reúnem “pessoas que se interessam pelos mesmos temas, paixões, projetos, objetos, posturas, ideias, etc ..., independente de fronteiras geográficas e institucionais”. Deste modo, estamos vivendo, também, em territórios virtuais constituídos por “proximidades semânticas”, nos quais as distâncias geográficas não são relevantes pois os “povos não serão mais nem de sangue, nem de solo”. (LEMOS, 2010, p. 102-219). Palacios (1996, p. 5) complementa ao ressaltar que o pertencimento nas comunidades virtuais é “plenamente eletivo”, isto é, nós só pertencemos a uma comunidade virtual “se, quando e por quanto tempo” estivermos interessados. O pertencimento surge a partir da decisão em pertencer e da ação de se unir e participar. Esse pertencimento pode deixar de existir, mostrando que há participações que são efêmeras, aspecto que pode ser observado na comunidade *booktube* através dos canais que foram excluídos ou abandonados.

As comunidades virtuais não estão, necessariamente, inseridas nas redes sociais na internet, pois “qualquer ambiente onde há comunicação mediada por computador pode ou não ser uma comunidade, dependendo do tipo de relações que estão presentes”. As comunidades virtuais observadas por Wellman e Gulia (1999), por exemplo, eram formadas essencialmente através da troca de e-mails, assim como as vivenciadas por Rheingold (1996). O que difere as redes sociais na internet das comunidades virtuais é que, nesta última, há “um aglomerado de nós com maior densidade de conexões”. (RECUERO, 2010, p. 139-144).

Deste modo, uma comunidade virtual pode ser entendida também como “um conjunto de atores e suas relações que, através da interação social em um determinado espaço constitui laços e capital social [...] através do tempo, associado a um tipo de pertencimento”. Quando inserida em uma rede social na internet, a comunidade virtual pode ser pensada como um “núcleo mais denso”. (RECUERO, 2010, p. 139-144). É sobre este núcleo mais denso que me foco agora, um núcleo que é formado no YouTube através do gosto pela leitura: o *booktube*.

5.3.1 A comunidade *booktube*

A expressão *booktube* origina-se a partir da palavra YouTube, substituindo *You* (você) por *book* (livro). Esta troca demonstra a presença de uma determinada comunidade dentro desta

rede social, formada por pessoas que gostam de ler e compartilhar suas impressões sobre as leituras através de vídeos. Nos demais canais existentes no YouTube, os responsáveis pelo conteúdo são denominados *youtubers*. Quando esse canal está relacionado à cultura literária, tais pessoas são denominadas *booktubers*²¹⁰. Deste modo, um *booktube* é uma comunidade formada por um canal literário, ressaltando que o canal em si também é denominado por esta nomenclatura; é um lugar no YouTube onde o conteúdo produzido e publicado possui relação – direta ou indireta – com a cultura literária. É um espaço no qual o diálogo é norteado pelas leituras realizadas, autores preferidos, eventos literários frequentados, pelas reflexões que o contato com a literatura oferta, entre outras possibilidades relacionadas ao consumo cultural. O *booktuber*, por sua vez, é o responsável pelo conteúdo do canal.

Há uma diversidade de conteúdos que compõem os *booktubes*, assim como uma diversidade de estratégias de conexão para a constituição de redes sociais e de expressões próprias desta comunidade. Ressalto, porém, que para ser considerado um *booktube*, é preciso que haja uma continuidade de conteúdos relacionados aos livros e/ou ao universo literário. Vídeos esporádicos sobre livros ou leituras em canais de outros segmentos não os caracterizam enquanto *booktube*. Este, na definição dos *booktubers* brasileiros, “*tem como objetivo popularizar o hábito da leitura entre os jovens com vídeos cheios de criatividade e bom humor*” (Eduardo Cilto), liga “*peçoas a livros*” (Tatiana Feltrin), é um local onde se fala sobre o que se gosta (Pam Gonçalves, Bel Rodrigues), onde se compartilha um pouco do mundo de quem o faz (Bárbara Matsuda), onde o tema da conversa é a cultura literária, mas também a cultura *pop* e a cultura *geek/nerd* (Victor Almeida)²¹¹.

Não se sabe ao certo quem foi a primeira pessoa a falar sobre livros no YouTube. Contudo, acredita-se que os primeiros *booktubers* são de origem inglesa ou americana. Navarro (2014, online) alega que foi no Reino Unido onde se originou o conceito *booktube*. Lemus (2014, online), por sua vez, declara que a prática de falar sobre livros no YouTube começou nos Estados Unidos. Os *booktubers* americanos teriam se originado a partir dos vídeos de mulheres que falavam sobre suas compras, lugares que conheciam, maquiagens que faziam, entre outros temas ligados ao universo feminino. Uma prática que se proliferou a partir de 2007, possivelmente configurando os primeiros comentários em vídeo.

Tecnicamente, a primeira pessoa a falar sobre livros no YouTube no Brasil foi a *youtuber* de moda Mari Santarem (canal *Viiiixxen*²¹²) ao postar, no dia 27 de maio de 2009, o

²¹⁰ Ressalto que todo *booktuber* é um *youtuber*.

²¹¹ Informações disponíveis na categoria “Descrição” da tabela do Apêndice A.

²¹² Disponível em: < <https://www.youtube.com/user/viiiixxen>>. Acesso em: 20 set. 2016.

vídeo *Livros! - Maio/2009*²¹³, cerca de dois meses antes do primeiro vídeo da Tatiana Feltrin, postado no dia 31 de julho de 2009²¹⁴. Ambas deletaram seus vídeos antigos sobre livros. Contudo, Tatiana Feltrin é considerada a primeira *booktuber* brasileira porque seu primeiro vídeo deu início a um canal dedicado à cultura literária. Já o vídeo postado por Mari Santarem foi feito de forma esporádica, uma vez que o tema central do seu canal é moda e maquiagem.

Anteriormente ao início desta pesquisa, nenhum estudo havia sido publicado sobre os *booktubers*. No decorrer dos quatro anos de investigação, foram publicados dez trabalhos específicos sobre este tema, incluindo dois de minha autoria. (JEFFMAN, 2014c; 2015). Os demais pesquisadores a abordar o assunto formam Balverdu (2014)²¹⁵, Sorensen; Mara (2014)²¹⁶, Martínéz (2015)²¹⁷, Montebianco (2015)²¹⁸, Destefanis (2015)²¹⁹, Silva (2016)²²⁰, Depallens (2016)²²¹ e García (2016)²²². Contudo, nenhum dos sete trabalhos foi desenvolvido a partir de uma pesquisa com inspiração etnográfica. O que havia, no início de 2014, eram algumas reportagens que começaram a ser publicadas sobre o universo dos *booktubers*, principalmente de fontes estrangeiras.

No México, a prática de falar sobre livros no YouTube também se prolifera. Os *booktubers* mexicanos possuem uma página no Facebook²²³ na qual divulgam seus vídeos, reportagens e eventos que participam. Considerados como um “fenômeno”, uma “nova geração de leitores” e como a nova crítica literária pela imprensa do país, os *booktubers* mexicanos estão chamando a atenção e marcando presença em eventos que discutem literatura, juntamente com

²¹³ Disponível em: <<https://youtu.be/IuI6g8-kiRY>>. Acesso em: 20 set. 2016.

²¹⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/rRjMmldWwF8>>. Acesso em: 20 set. 2016.

²¹⁵ A pesquisa de Balverdu (2014), desenvolvida a partir de uma pesquisa bibliográfica e de aplicação de questionários *online*, objetivou compreender a comunidade *booktube* enquanto estratégia de incentivo à leitura no âmbito da Web 2.0.

²¹⁶ Sorensen e Mara (2014) observam o *booktube* através de suas possibilidades educacionais, apreendendo-o como uma comunidade discursiva que é nutrida por determinados padrões estilísticos, atores e capital cultural. Deste modo, compreendem como o *booktube* pode auxiliar e moldar práticas educacionais em cenários tradicionais.

²¹⁷ Focando-se nos *booktubers* mexicanos, Martínéz (2015) conta que a tendência chegou ao país em 2013, despertando interesse em editoras e eventos literários. Além de vídeos com resenhas, identifica mais quatro tipos de conteúdo: Tag's, Perguntas e Respostas, Book Haul, Bookshelf tour. Para a pesquisadora, os *booktubers* mexicanos transmitem a ideia de que ler é divertido.

²¹⁸ Montebianco (2015) apreendeu a comunidade *booktube* a partir da função que esta desempenha, ao estar inserida em uma sociedade da informação.

²¹⁹ A autora realiza uma reflexão sobre o consumo cultural e a produção de conteúdo digital nos *booktubes*, observando a crescente participação e apropriação dos usuários sob as tecnologias interativas.

²²⁰ Silva (2016) analisou os padrões de vídeos produzidos pelos *booktubers* de língua inglesa, relacionada à hábitos de leitura. Desenvolveu uma análise de conteúdo a partir do corpus de pesquisa coletado e tabulado com o auxílio do programa *webcrawler*, traçando a tipologia dos *booktubers*.

²²¹ Depallens (2016) atenta-se à performance dos *booktubers* através da oralidade, transformando a leitura em convenções de ligações literárias.

²²² García (2016) foca-se na literatura que é compartilhada através do *booktube*.

²²³ Disponível em: <facebook/BooktubeMexico>. Acesso em: 06 jul. 2014.

professores, estudiosos e bibliotecários. *Un Lector Nocturno*²²⁴, *Las palabras de Fa*²²⁵, *Hola qué lee*²²⁶ são alguns dos canais literários que se destacam. Segundo Lemus (2014, online), Revelles começou a postar vídeos com resenhas de livros em fevereiro de 2012, o que a caracteriza como a primeira *booktuber* mexicana, contando hoje com cerca de 304.400 mil inscrições no seu canal no YouTube, intitulado *raizarevelles99*²²⁷.

Já sobre os *booktubers* chilenos, Lemus (2014, online) observa que estes estão desafiando os estudos que afirmam que os jovens leem apenas por obrigação. Estes jovens não só leem, como fazem resenhas em vídeos que são postados na internet. Conta a história de Erick Urrutia, um jovem que lia somente aquilo que a escola lhe pedia, sem desfrutar do prazer da leitura. Isso mudou quando Erick ganhou de seu pai o livro *Coração de Tinta* (Cornelia Funke). A partir disto, passou a se interessar por literatura e a comprar livros para compor a sua biblioteca, que hoje conta com mais de duzentos títulos. Além de comprar e ler os livros, o jovem começou a fazer resenhas em vídeo sobre as obras que lia e a postá-las no YouTube. Ele teve a ideia depois de procurar na plataforma o *trailer* sobre o filme *As vantagens de ser invisível* e encontrar o vídeo de um menino mexicano falando suas percepções sobre o livro.

De acordo com Lemus (2014, online), a comunidade de *booktubers* chilenos é composta por jovens de 16 a 25 anos, que leem uma média de 8 livros mensais e, após cada leitura, gravam uma resenha em vídeo opinando sobre a obra lida e postam no YouTube. O objetivo dos *booktubers* é fomentar a leitura, já que um vídeo pode funcionar melhor que um texto escrito. Lemus (2014, online) constata que a prática de vlogar sobre livros acabou formando uma comunidade de *booktubers* chilenos – composta por 17 jovens no ano de 2014 – que decidiram conhecer-se na Feria del Libro del Parque Bustamante. A partir disto, decidiram criar e fomentar a *fanpage Booktubers Chile*²²⁸. A Argentina também possui uma *fanpage*²²⁹ destinada aos *booktubers*, além de um grupo fechado, contabilizando 910 membros²³⁰. Os *booktubers* da Itália²³¹, de Portugal²³² e dos Estados Unidos²³³ também possuem *fanpages* no Facebook.

Sobre os *booktubers* brasileiros, Lucchese (2014, online) nota a falta de pompa e a intimidade com que estes falam sobre livros. Entrevista Tatiana Feltrin, Patrícia Pirota e a

²²⁴ Disponível em: <<https://goo.gl/dCJchO>>. Acesso em: 06 jul. 2014.

²²⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/vw4m89>>. Acesso em: 06 jul. 2014.

²²⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/9pbu9T>>. Acesso em: 06 jul. 2014.

²²⁷ Disponível em: <<https://goo.gl/e6mjBD>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

²²⁸ Disponível em: <facebook.com/booktuberschile?fref=ts>. Acesso em: 16 jul. 2014.

²²⁹ Disponível em: <<https://goo.gl/H1SuJd>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

²³⁰ Disponível em: <<https://goo.gl/tObEsW>>. Acesso em: 20 set. 2016.

²³¹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/booktubersitalia?ref=ts&fref=ts>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

²³² Disponível em: <<https://goo.gl/UR9Gth>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

²³³ Disponível em: <<https://goo.gl/84BQnh>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

Verônica Valadares, *booktubers* com considerável relevância e notável número de inscrições no YouTube. Tatiana Feltrin destaca: “qualquer um que tenha uma câmera e acesso à rede pode começar um canal no YouTube. Pode dar sua opinião sobre determinado assunto sem precisar ser o dono da verdade”. Patrícia Pirota declara: “no YouTube, posso deixar formalidades e sistematizações de lado e falar como leitora, simplesmente. E isso é muito gostoso, essa liberdade de me expressar, o sentimento de que, em algum lugar, alguém vai aproveitar o que eu digo e compartilhar comigo sua opinião”. As entrevistadas ressaltam que, apesar de os *booktubers* despertarem um grande interesse do mercado editorial e de que algumas delas possuem parcerias com editoras, os canais literários não são vistos como uma fonte de renda, mas sim, como uma diversão. Tatiana conclui: “quando não houver mais diversão, eu paro”.

Posteriormente, outras matérias e reportagens foram veiculadas sobre os *booktubers*²³⁴, incluindo entrevistas comigo²³⁵. A partir de tais informações, compreendo que há *booktubers* espalhados por muitos países; logo, trata-se de um fenômeno mundial. Alguns contam com uma maior quantidade de integrantes, outros com menor e cada um com suas peculiaridades e características em comum, sendo que, a principal delas é o gosto pela leitura e o desejo de conversar com outras pessoas sobre os sentimentos e impressões que surgiram durante este processo, uma conversa informal que é mediada através dos vídeos. Dentro deste campo, meu foco são os *booktubers* brasileiros.

O *booktube* é apreendido enquanto comunidade por razão de alguns fatores. O primeiro – e, ao meu ver, o primordial – é que os próprios *booktubers* se percebem e se intitulam como integrantes de uma comunidade. Este aspecto pode ser percebido por meio de comentários em entrevistas; do conteúdo dos vídeos, como percebidos nos relatos sobre o movimento #valorizebooktube, onde falava-se sobre a comunidade como um todo; por meio das

²³⁴ Os *booktubers* são definidos por Mansur (2015, online) como fãs de literatura que possuem o hábito da leitura como um *hobbie*, compartilhando suas opiniões e impressões através de vídeos no YouTube. Na entrevista, a *booktuber* Verônica Valadares (canal *Vevs Valadares*) afirma que, com os *booktubes*, a “leitura está sendo desmistificada”. Mari Gastal (canal *Respira, Mariana!*) comenta que os vídeos estão incentivando o hábito da leitura, criando novos leitores: “já recebi incontáveis mensagens de diferentes pessoas dizendo que começaram a ler, ou a ler mais, por causa dos vídeos do canal”. Rita Araújo complementa: “acredito que novos leitores podem despertar depois de encontrar um livro que ‘converse’ com ele profundamente”. Segundo reportagens do *TodaTeen*, *Bom dia Brasil* e *G1 em 1 Minuto*, os *booktubers* são um dos sucessos dos eventos literários, tais como a Bienal do Livro do Rio de Janeiro e de São Paulo. Em entrevista à Oliveira (2016, online), a editora do selo Galera (Record), Ana Lima, declara que o mercado infanto-juvenil está sendo transformado através dos *booktubers*: “o livro jovem não tem espaço na mídia tradicional, sempre foi o patinho feio da literatura. Vende muito, mas ninguém fala no assunto. Para mim foi ótimo, porque a opinião dos youtubers vale mais para nosso público do que a mídia tradicional”. Victor Almeida afirma à Oliveira (2016, online) que o canal exige esforço por parte do leitor, mas que este é recompensado pelas amizades que surgem através dos vídeos: “a comunidade de *booktubers* é muito unida. Quando você faz um canal, conhece muita gente. De tempos em tempos, fazemos encontros entre *youtubers* e fãs. Teve uma vez em que reunimos 500 pessoas”.

²³⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/YsFeul>>. Acesso em: 20 set. 2016. *Booktuber, livros e afins*. Disponível em: <https://issuu.com/clauidiabomfaz/docs/revista_o_qi_4_-_final_vers__o_iss>. Acesso em: 20 set. 2016.

descrições dos canais – *Bem-Vindos! Meu nome é Victoria, e sou conhecida como Vickie na comunidade* – e através dos comentários dos *booktubers* em outras redes sociais, como o Twitter (Figura 13).

Para além disso, é possível perceber os elementos constitutivos de comunidades virtuais presentes no *booktube*: a comunidade é formada a partir da afinidade proporcionada por um determinado interesse – a cultura literária. Em outras palavras, é formado por pessoas que gostam de ler e estão no YouTube produzindo/consumindo conteúdo relacionado a esta prática. Aqueles que compõem tal comunidade estão em relação mútua, partilham pertencimento promovendo conversações públicas contínuas e constantes dentro do YouTube. Este pertencimento é uma opção: o *booktuber* optou por pertencer e participar. Esta rede social é o núcleo central das interações e relações da comunidade, mas elas não se findam aqui. As conversações, os encontros e as interações acontecem tanto em outras redes sociais, como o Twitter, o Facebook e o Snap, quanto em ambientes físicos, de forma presencial.

Os *booktubers* partilham experiências e vivências, nutrindo a comunidade ao passo que também encontram apoio e amizade nesta. Destaco, entretanto, uma característica crucial na comunidade *booktube* que não é observada de modo similar em comunidades que não utilizam o YouTube: a presença do corpo em movimento. Refletindo sobre as comunidades virtuais, Palacios (1996, p. 5) alega que a sociabilidade presente nestas é desencarnada da imagem, “independente de um corpo físico”. Tal afirmação é invalidada quando a comunidade se utiliza do vídeo como meio de estabelecer relações. No *booktube*, o corpo é elemento chave, pois comunica de forma verbal e gestual. As expressões dos *booktubers* são tão importantes quanto aquilo que falam. Em outras palavras, as expressões emitidas são tão relevantes quanto as transmitidas.

O *booktube* também apresenta alguns aspectos destacados por Sá (2001). Por mais que a comunidade tenha núcleos de amizade consolidados, percebidos por meio das interações entre seus integrantes, esta não é um espaço isento de controvérsias e conflitos. Não se trata, deste modo, de uma comunidade criada a partir da utopia de “paz e amor” proposta por Rheingold (1996). A administração entre os interesses coletivos e os interesses individuais está em contínua tensão dentro da comunidade que, algumas vezes, divide-se em opiniões divergentes, tal como percebido no movimento #valorizebooktube, que detalho no capítulo 7.

Há também comentários em outras redes sociais sobre *booktubers* que dão “close errado” em vídeos. Ou seja, que pisam na bola. Entendo, deste modo, que a comunidade é formada tanto por afeto e reciprocidade quanto por conflitos, fato comum em qualquer tipo de comunidade. No âmbito digital, a liberdade de expressão promovida pela rede por vezes permite

casos particulares de comentários pejorativos e agressivos. Segundo Sá (2001, p. 13), “a alardeada desinibição pode levar tanto ao desenvolvimento de intimidade e amizades quanto à agressividade e desrespeito maior nos participantes – que se sentem à vontade, protegidos pelo anonimato da rede”. Este aspecto é observado nas análises, nas quais apresento como a agressividade pode estar vinculada à repulsa ao gosto do outro.

A comunidade *booktube* é formada por laços sociais, atuando como uma forma de conexão entre seus participantes. De acordo com Wellman (2001, p. 4), os laços sociais são relações específicas, como contatos frequentes, proximidade, troca e fluxo de informações, suporte emocional ou conflitos. É por meio da interconexão destes laços que é possível perceber como se estabelece a estrutura de um sistema social. Seus padrões organizam sistemas de cooperação, trocas, conflitos, dependência e controles. Estes laços podem ser fracos ou fortes, mas ambos são necessários para a existência e a dinâmica da comunidade.

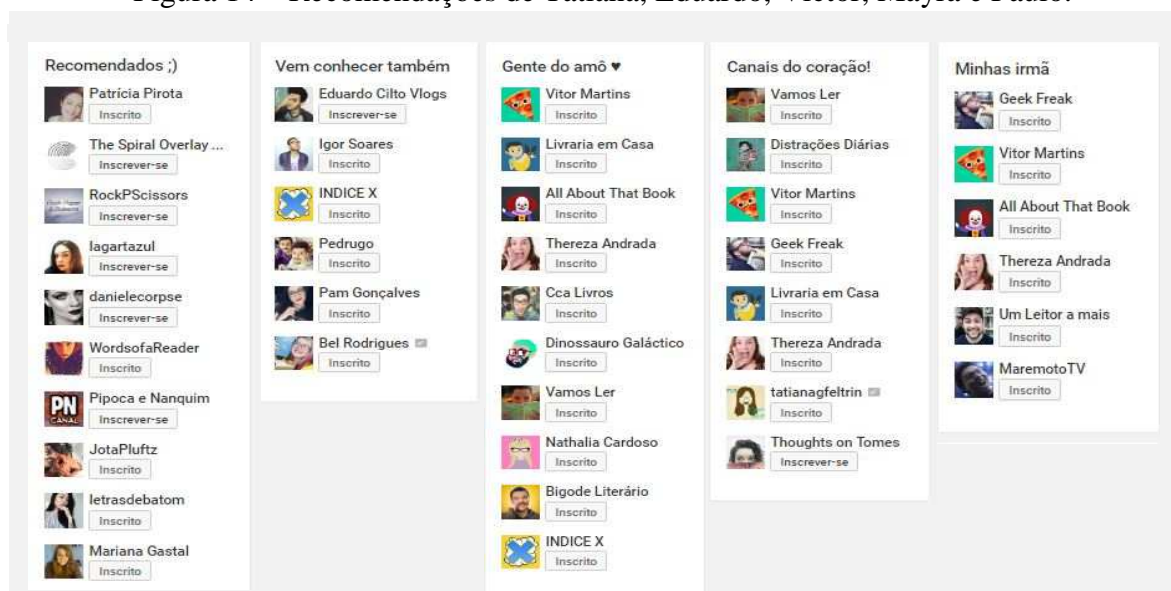
A força dos laços depende da combinação de intimidade – entendida enquanto confiança mútua –, quantidade de tempo investido nas relações, intensidade das emoções empregadas e reciprocidade. (RECUERO, 2009, p. 41). Os laços fracos – as relações com menor grau de intimidade e afetividade – são necessários para a comunidade, uma vez que promove trocas entre todos os seus membros, e não os confina a pequenos núcleos, promovendo o fluxo de informações e ideais sem isolar o grupo em opiniões similares, pois revela que outras pessoas pensam diferente. São os laços fracos que unem os núcleos de amizade entre os *booktubers*, tornando-os uma comunidade. A variedade de laços é o meio de acesso a uma variedade de pessoas dentro e fora da comunidade. (WELLMAN; GULIA, 1999, p. 342). Os laços fracos revelam a diversidade presente no *booktube*, uma comunidade que, mesmo diversa, é concisa.

Por meio dos laços fortes percebemos uma maior intimidade, reciprocidade, interação, emoção – tais como amizades e afetos –, e tempo compartilhado entre os membros da comunidade. Através dos laços fortes, é possível visualizar núcleos consolidados de amizade e afetividade dentro do *booktube*. Esses núcleos tornam-se visíveis, essencialmente, através de três formas: por meio das *Tag's* – quando um *booktuber* *tagueia* ou é *tagueado* por *booktubers* próximos –, das recomendações personalizadas nos canais (Figura 14), e das participações conjuntas em vídeo ou em eventos literários (Figura 15). A primeira recomendação de Tatiana Feltrin é a *booktuber* Patrícia Pirota, esta aparece no vídeo de socialização de Tatiana – está no meio, vestida de preto e abraçando Juliana Gervason (*ex-booktuber* do canal *O batom de Clarice*). A segunda recomendação de Eduardo Cilto é Igor Soares, que está ao seu lado – vestido de preto – no vídeo de socialização da Figura 15.

Figura 13 – *Tweets sobre a comunidade booktube.*

Fonte: Twitter.

Figura 14 – Recomendações de Tatiana, Eduardo, Victor, Mayra e Paulo.



Fonte: YouTube.

Figura 15 – *Frames de vídeos de socialização com Tatiana, Eduardo e Victor.*

Fonte: YouTube.

O vídeo de socialização de Victor Almeida, por sua vez, é um *hangouts* entre ele, Vitor Martins, Mayra e Thereza Andrada com Paulo Ratz, *booktubers* recomendados e denominados como “gente do amô”. Juliana Gervason e Patrícia Pirota se conheceram em 2011 através de seus antigos blogs literários, começaram a interagir sobre leitura no Twitter e tornaram-se amigas. Juliana Gervason recomendou para Patrícia Pirota os vídeos de Tatiana Feltrin, as duas começaram a fazer vídeos e acabaram tornando-se amiga da *booktuber*. As três se conheceram por meio dos livros, conversando sobre leituras. Victor Almeida também conheceu os *booktubers* através da comunidade e de eventos literários. Já Eduardo Cilto não nos revela como conheceu Igor Soares, mas relata que este é o amigo que melhor lhe conhece.

Dentre os 11 anos do YouTube, 8 foram vivenciados pelos *booktubers* aqui analisados. Estes leitores foram testemunhas do desenvolvimento tecnológico e cultural da plataforma, aprenderam a gerir o canal no decorrer de suas transformações. Foram aprendendo, a cada atualização, o que poderia e o que não poderia ser feito a partir da arquitetura e do *design* do sistema, assim como a partir de sua própria experiência e criatividade. No decorrer dos anos, a própria relação entre os seguidores e os *booktubers* modificou-se em alguns aspectos. Segundo Tatiana Feltrin, conforme o passar dos anos, a cobrança sobre o conteúdo dos seus vídeos se asseverava mais, uma vez que ela se tornava uma formadora de opinião:

[...] o que eu notei, assim, depois dos 30, [...] é que nós somos mais cobradas nessa faixa com relação àquela coisa de nós sermos formadores de opinião, então eu sinto que eu sou mais cobrada quando eu digo que alguma coisa é ruim, eu não posso dizer assim ‘é ruim!’, eu tenho que dizer ‘não foi tão bom’. Se eu disser que é ruim aparece um monte de comentário ‘ahhh você não pode dizer isso, você é formadora de opinião’²³⁶.

Como percebido através da divergência quantitativa entre *booktubes* e *booktubers* apresentada no capítulo 2, apesar de 94% (548) dos canais serem produzidos e geridos por apenas uma pessoa, 1% (2) são produzidos e geridos por seis pessoas ou mais e 5% (30) por duas pessoas. Entre os canais geridos por duplas, alguns são amigos, como Thábata e Susana (canal *Dopamina literária*²³⁷); alguns são casais, como Pedro e Hugo (canal *Pedruço*²³⁸) e Juliana e Jefferson (canal *Romeu Julieta*²³⁹); e outros são pais e filhos, como Dayse e Francisco (mãe e filho), do canal *A cigarra e a Formiga*²⁴⁰ e Rafael e Miguel (pai e filho), do canal *A*

²³⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/t2vEFH02-xk>>. Acesso em: 30 set. 2016.

²³⁷ Disponível em: <<https://goo.gl/x1jHhi>>. Acesso em: 20 set. 2016.

²³⁸ Disponível em: <<https://goo.gl/ZYEFYy>>. Acesso em: 20 set. 2016.

²³⁹ Disponível em: <<https://goo.gl/CSPFST>>. Acesso em: 20 set. 2016.

²⁴⁰ Disponível em: <<https://goo.gl/A09Zto>>. Acesso em: 20 set. 2016.

*família Palmito*²⁴¹. Nestes dois últimos, os vídeos são dedicados essencialmente à literatura infantil, nos quais o adulto apresenta a obra e explica seu conteúdo e relevância, enquanto a criança explana sobre suas impressões acerca da leitura, dos personagens ou do livro enquanto objeto físico – ora em conjunto no vídeo, ora em momentos alternados. Nos demais canais compartilhados, o conteúdo é formado por uma mescla entre vídeos individuais e vídeos coletivos.

Miguel e Francisco são *booktubers mirins*, assim como outros 21 *booktubers* localizados durante a coleta de dados. Entre os *booktubers mirins* estão as irmãs Bia e Juju (canal *Dicas da Bia e da Juju*²⁴²), Duda (canal *Livros e letras*²⁴³), Kauan Camargo (canal *Momento da Leitura*²⁴⁴), Jamilly Emanuelle (canal *Ler é diversão leia um livro*²⁴⁵), Lucas (canal *Livro só livro*²⁴⁶) e Bruna (canal *Baú da leitura*²⁴⁷). Os vídeos geralmente são curtos, neles as crianças falam sobre livros infantis e juvenis; poucos são aqueles que possuem qualidade de imagem e áudio. Os que possuem, é notório que o canal é desenvolvido com a ajuda de um adulto, mas este não aparece nos vídeos ou é mencionado nas descrições do canal. As crianças apresentam desenvoltura com a câmera, expressão corporal adequada ao contexto, demonstrando ter consciência das expressões verbais e trejeitos de um *booktuber*. Declarações como “*olá pessoal, tudo bem?*”, “*tchau pessoal, se inscreva no nosso canal [...] e comente*” são corriqueiramente utilizadas pelas crianças.

Figura 16 – *Frames* de vídeos com *booktubers mirins* dos canais *A cigarra e a Formiga* e *A família Palmito*.



Fonte: <https://youtu.be/JEiFM3tB6wQ> e <https://youtu.be/JEiFM3tB6wQ>

²⁴¹ Disponível em: <<https://goo.gl/fos6UT>>. Acesso em: 20 set. 2016.

²⁴² Disponível em: <<https://goo.gl/hoH1Xg>>. Acesso em: 20 set. 2016.

²⁴³ Disponível em: <<https://goo.gl/DchDh4>>. Acesso em: 20 set. 2016.

²⁴⁴ Disponível em: <<https://goo.gl/h8FxIz>>. Acesso em: 20 set. 2016.

²⁴⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/RnkK6h>>. Acesso em: 20 set. 2016.

²⁴⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/JxSdyI>>. Acesso em: 20 set. 2016.

²⁴⁷ Disponível em: <<https://goo.gl/ATnjHV>>. Acesso em: 20 set. 2016.

A diferença entre os canais com apenas os *booktubers mirins* e os canais entre estes e seus pais é que, no primeiro caso, além de não haver uma preocupação com a estética do vídeo ou com um roteiro de apresentação do livro – na maioria das vezes –, o vídeo é direcionado para uma criança leitora a partir de uma linguagem infanto-juvenil. São crianças conversando com outras crianças sobre livros e histórias através dos vídeos. Já nos canais em que os pais participam, há uma preocupação com a qualidade de imagem e som, uma conversa mais estruturada e “roteirizada”, assim como parcerias com editoras de livros infantis, como no caso do canal *A cigarra e a Formiga*. Nestes dois *booktubes*, a conversa é direcionada tanto para crianças quanto para pais que buscam sugestões e dicas de leituras para os seus filhos.

Por fim, como percebido, a internet e as comunidades virtuais modificaram alguns padrões de sociabilidade da sociedade. Como argumenta Castells (2003, p. 105), “isso não significa menosprezar a importância do meio tecnológico, mas inserir seus efeitos específicos na evolução geral de padrões de interação social e em sua relação com os suportes materiais dessa interação: espaço, organizações e tecnologias de comunicação”. A sociabilidade permeia praticamente todas as práticas sociais e culturais observadas nesta pesquisa. O leitor aqui compreendido é um leitor que socializa – *online* e *off-line* –, imbricado em uma determinada comunidade por meio do pertencimento simbólico. A partir disso, finalizo o presente capítulo refletindo brevemente sobre a relação entre os livros e a sociabilidade, uma relação que surgiu desde o início da história da leitura, mas que foi potencializada pelas redes sociais na internet.

Penso que uma das consequências da leitura é a abertura para o outro e para novas formas de sociabilidade, compartilhando e conversando sobre livros. Através desta “rede de sociabilidade”, as possibilidades são múltiplas, ampliando relações e criando novos convívios. O livro – objeto e conteúdo – instiga a socialização desde sua criação, e os meios por onde esta prática acontece vêm evoluindo em conjunto com a tecnologia. Por mais que a leitura seja uma prática solitária, está longe de ser uma prática que isola o leitor da sociedade. Este gesto introvertido faz com que o leitor descubra o quanto pode estar próximo das pessoas, tanto as que conhece nos livros quanto as que conhece através deste. Ao ler, o leitor abre-se para o outro, pois se identifica e coloca-se em seu “lugar de experiência”. (PETIT, 2008, p. 101).

Compartilhando a leitura, “cada pessoa pode experimentar um sentimento de pertencer a alguma coisa, a esta humanidade, de nosso tempo ou de tempos passados, daqui ou de outro lugar, da qual pode sentir-se próxima”. O livro pode ser, então, a “abertura para círculos de pertencimento mais amplos, que se estendem para além do parentesco, da localidade, da etnicidade”. (PETIT, 2008, p. 43). Quando se lê, tem-se a “promessa de não pertencer somente a um pequeno círculo”; a leitura pode romper um isolamento que nos impedia de perceber e

usufruir espaços maiores. Logo, ler não isola o leitor do mundo, mas sim, transforma o seu mundo, onde o “mais íntimo pode alcançar neste ato o mais universal”. (PETIT, 2008, p. 96).

Para melhor entender este aspecto, volto um momento para a leitura em sua primeira revolução. A leitura oral, entre outras características, proporcionava a socialização entre aqueles que liam e aqueles que ouviam a leitura. Apesar de a leitura ter se tornado um ato solitário, envolvendo apenas leitor e livro, esta não deixou de ser uma prática de socialização, porém, de outras formas. Aymard (2003, p. 173) constata que, mesmo que o leitor tenha lido isoladamente, “ele se apressa em comunicar, oralmente, suas leituras à vizinhança, como se não pudesse contentar-se com um *tête-à-tête* pessoal com o texto”. Este leitor tem a necessidade “da mediação e confirmação da palavra [...] em relação ao conteúdo da mensagem ou das ideias que lhe inspirava”. Na cultura da internet, esta vizinhança tomou outras proporções.

Johnson (2001, p. 94) conta que, ao “concluir” a leitura de *Afternoon* – hipertexto publicado por Michael Joyce em 1993, que conquistou o público como um novo gênero literário – tratou de ligar para alguns amigos, que sabia, também haviam “zigzagueado” pela obra. Ao longo da conversa, acabou percebendo que não poderiam dialogar sobre a trama, pois cada um havia lido uma história diferente. O autor, então, percebeu que o hipertexto parecia uma “cabine isoladora” e não “um exercício de democracia literária”. Contrariamente à *Afternoon*, foram justamente os laços sociais que atuaram como componentes cruciais para o sucesso de Dickens. Sua narrativa unia uma “nação de leitores”. Como constata Johnson (2001, p. 94), “sem essa ressonância coletiva, o débil e alentador sussurro de um milhar de dedos virando as mesmas páginas em uníssono, as soluções imaginárias de Dickens teriam perdido a força”.

Tendo em mente o aporte teórico construído até aqui, no próximo capítulo inicio a descrição etnográfica, abordando os *booktubers* selecionados para análise. Nele me dedico a reconstruir analiticamente como seu “eu” é expresso através da performance de gosto nas relações estabelecidas na comunidade *booktube*.

6 “POR QUE NÃO FAZER UM CANAL SOBRE LIVROS?”

Os capítulos 6 e 7 contemplam a descrição etnográfica alusiva às análises e observações realizadas nos três *booktubes* selecionados, suas experiências e práticas de leitura. Neste capítulo, especificamente, apresento as características que particularizam os *booktubers* selecionados. Conhecendo-os, analiso sua *aparência, os cenários* em que se apresentam e sua *linguagem e expressão corporal* percebendo, por conseguinte, o papel constituído por cada um. Tais informações me auxiliaram a compreender o “eu” *booktuber*, uma construção formada por suas escolhas, por aquilo que gostam, pelo que revelam. Posteriormente, busco entender a *temporalidade* expressa em cada canal, assim como os *recursos utilizados no campo do audiovisual e os fornecidos pelo YouTube*.

6.1 O Booktuber

Nesta sessão apresento cada um dos três *booktubers* analisados, tendo como base principalmente os dados obtidos nos vídeos confessionais. A partir da conversação sobre livros e produtos relacionados, os *booktubers* revelam-se, mostrando àqueles que os assistem não apenas seu “eu” leitor, mas também características, sentimentos e peculiaridades que fazem parte da sua vida particular. Ao falar sobre livros, falam de si próprios. As informações que reconstruo aqui foram tornadas públicas através das redes sociais, primordialmente através do YouTube; logo, há aspectos relacionados à leitura que são revelados por um *booktuber* e por outro não.

6.1.1 A representação do eu

Tatiana Feltrin é a primeira *booktuber* brasileira, conduzindo seu canal literário desde 31 de julho de 2009²⁴⁸. Diferentemente da maioria dos *booktubers*, também realiza leituras de livros desconhecidos ou de clássicos²⁴⁹ da literatura que não estão em voga. Está constantemente envolvida em desafios e projetos de leitura, enriquecendo sua argumentação sobre livros com informações adicionais a partir de estudos literários. Mesmo não objetivando dar aulas de literatura no YouTube ou ser uma crítica literária, os quase 10 anos de experiência

²⁴⁸ A *booktuber* leva em consideração a data em que criou sua conta no YouTube, mas nesta pesquisa a data válida é a da primeira postagem.

²⁴⁹ Há uma discussão no campo acadêmico que reflete a nomenclatura “clássico”, aqui esta é empregada por ser a classificação empregada pelos *booktubers*.

no *booktube* tornaram-na uma leitora e uma *booktuber* atenta às vicissitudes do contexto no qual está inserida. Com 4 anos de idade, ela já sabia ler. Hoje, aos 35, expressa que a leitura lhe enche de esperança, lhe ensina, lhe faz pensar, obrigando-a a ver aquilo que não queria; mostra outras saídas e, por conseguinte, a torna uma pessoa melhor.

A *booktuber* revela que faz aniversário dia 24 de novembro. Tem duas irmãs e é a caçula da família, filha temporã, pois sua mãe a teve com quase 40 anos. É professora de inglês, formada em Tradução e Interpretação, mas também cursou algumas disciplinas relacionadas ao cinema; é pós-graduada em Ensino de Idiomas e ainda tem planos de fazer mestrado. É casada – com Beto – e mora atualmente em São José dos Campos, interior de São Paulo. Sua definição de céu é comer Doritos com Coca-Cola. Coleciona livros, canetas coloridas, cartas de Tarô e bruxinhas. Vai à praia, mas prefere aproveitar o momento para ler, pois não sabe nadar e tem um certo medo do mar. Aos 14 anos saiu da praia com queimaduras, pois estava lendo *O Morro dos ventos uivantes* (Emily Brontë) e não viu o tempo passar. Agora toma o cuidado de procurar um lugar na sombra para ler.

Ela afirma que odeia baratas, baladas, karaokês e as quartas-feiras, mas gosta de bares de rock. Já tentou, inclusive, aprender a tocar violão, pois sempre viu seu pai tocando. Desistiu da música, mas acredita que um dia ainda vai aprender, pois seu marido é músico. Seu filme favorito é *Brilho eterno de uma mente sem lembranças* (2004), assistindo cotidianamente fragmentos do filme antes de dormir; sua música preferida – ou a sua música preferida em 2013 – é *The Killing Moon* (Echo and the Bunnymen). Apesar de não ser muito fã da banda, considera a canção “*perfeita*”. Tatiana diz que não consegue fazer suas listas de preferidos, pois gosta de coisas diversas e considera ser difícil elaborar um *ranking* entre seus gostos, afinal, muda sua opinião de tempos em tempos.

Em relação à **aparência visual**, Tatiana não apresentou alterações significativas em seus vídeos no decorrer desta pesquisa; dentre os três *booktubers* analisados, foi a que menos alterou o visual. Algumas vezes apresentava-se com o cabelo um pouco mais curto, poucas vezes utilizou o cabelo preso; algumas vezes gravava seus vídeos utilizando óculos e outras vezes não. Conta-nos que mede 1,76m de altura, o que contribuiu para que não utilizasse salto alto. Foi uma criança gordinha, mas hoje é uma adulta magra. Tem cabelo castanho, liso com ondulações nas pontas, mas declara que já utilizou o cabelo de formas variadas, desde quase loiro, ruivo até com mechas rosas. Tem pele clara, olhos castanhos, mãos de pianista que mostram com destreza os livros perante a câmera, transmitindo tranquilidade no olhar e na fala.

Em seus vídeos, Tatiana veste-se de modo casual, optando por roupas confortáveis, geralmente sem estampas. Também utiliza algumas vezes colares e lenços que combinam com

a roupa da ocasião. Gosta de usar esmalte e batom vermelho, mas não aparenta estar demasiadamente maquiada, mostrando-se sempre com um “ar natural”. Comenta que gasta “*zero tempo*” se arrumando para gravar; nos dias de semana, está arrumada porque geralmente está indo para o trabalho. Nos fins de semana, aplica base e/ou pó no rosto para evitar o reflexo da luz. Os domingos são os dias preferidos para gravar, usando até mesmo um pijama, uma de suas roupas preferidas: “*Pijama é vida. Se a sociedade aceitasse eu só andaria de pijama*”.

O modo como Tatiana conversa sobre livros com quem a assiste é aconchegante, convidando a audiência a parar em frente ao computador (ou ao celular) por alguns minutos para assisti-la. Pode-se dizer que sua **linguagem verbal, gestual e corporal** é contida e serena. Geralmente inicia seus vídeos com a frase “*Oláaa, então ...*” e finaliza com “*é isso então, não esqueça de dar aquele joinha e ajudar a compartilhar, um beijo grande pra todo mundo. Até mais*”. Move-se pouco durante o vídeo, mexendo-se esporadicamente para pegar ou deixar algum livro ou objeto na estante ou na cama. A serenidade não a impede de rir, de si própria, de lembranças ou daquilo que leu.

Ao falar sobre livros, procura tê-los em mãos, mostrando algumas frases, marcações ou ilustrações que por vezes considera ser de interesse de quem está assistindo. Através da conversa sobre os livros mostra o seu fascínio com determinada obra ou o seu desgosto com alguma história. Não vê problemas em se posicionar sobre aquilo que a desagradou, procurando sempre justificar e esclarecer suas impressões. Alguns trechos preferidos de livros são lidos por ela em voz alta no vídeo, findando com sua argumentação sobre aquilo que leu. A *booktuber* oferece “pílulas literárias”, pequenas frações de uma narrativa mais ampla para que a audiência possa degustar, junto com ela, o prazer e a descoberta que determinada frase suscitou.

Tatiana Feltrin utiliza basicamente quatro **cenários** para as gravações dos vídeos. Mesmo gravando algumas vezes na sala e na cozinha de casa, ou em lugares como a sala de aula, a praia ou a piscina, usa o seu quarto como cenário fixo. As quatro mudanças significativas aconteceram quando Tatiana mudou de casa e, logicamente, de quarto. O cenário A, mostrado na Figura 17, é o ambiente atual onde grava seus vídeos, localizado em São José dos Campos. Pondero ser o quarto da *booktuber*, mas, diferentemente dos outros cenários, não há elementos que confirmem essa informação, como uma cama ou a menção ao ambiente como quarto. Atualmente intercala as gravações entre o cenário A e B (ver Figura 17), o que me leva a intuir que o cenário B se localiza na casa dos seus pais, onde ainda há diversos de seus livros.

O cenário C é o seu quarto na casa onde morou quando se mudou para o Rio de Janeiro, no qual há – para além da estante de livros e DVD’s – a cama e as roupas de cama da *booktuber*. O cenário D é o primeiro utilizado para as gravações e, ao que tudo indica, é a casa dos seus

pais, onde residia antes de se casar – é o mesmo cômodo observado no cenário B. Neste cenário, no decorrer dos anos de existência do canal, pude acompanhar as pilhas de livros aumentarem, algumas estantes surgirem, enfeites presenteados adornarem suas prateleiras, móveis que foram substituídos, etc. Aqueles que assistem aos vídeos dos *booktubers* estão atentos ao seu ambiente. Por vezes pedem vídeos de livros que conseguem observar, outras vezes comentam “*você tem o box tal, mostra pra gente*”; até mesmo alertam a *booktuber* sobre possíveis estragos e esta comenta: “*sim gente, eu sei que minha prateleira tá empenando*”.

Figura 17 – Cenários A, B, C e D de Tatiana Feltrin.



Fonte: YouTube.

Para além dos títulos e dos tipos de livros visualizados no cenário dos *booktubers*, outros elementos do ambiente ofertam pistas sobre os gostos que os compõem. No cenário B de Tatiana Feltrin, nota-se um boneco colecionável de Edgar Allan Poe, há também um quadro com uma ilustração do autor que por vezes aparece no cenário A. Neste, as estantes contemplam – além de livros e afins – as miniaturas colecionáveis denominadas de *Funko Pop* da personagem Mary Poppins e das personagens dos *Peanuts* – Lucy Van Pelt e Charles Brown. O *Funko Pop* da Lucy foi um presente de um seguidor de Tatiana; em diversos vídeos e publicações ela expressou seu gosto pelos *Peanuts*: o primeiro vídeo resenha de 2016 foi a biografia do Schulz, criador dos *Peanuts*; seu caderno de organização de leituras de 2016 é um moleskine dos *Peanuts*²⁵⁰ e, além disso, quando Tatiana começou a ler *Guerra e Paz* (Liev

²⁵⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/1DCVrWyBZtI>>. Acesso em: 7 nov. 2016.

Tolstói), publicava imagens no seu Instagram do filme dos *Peanuts*, no qual Charles Brown lia o referido livro²⁵¹.

Nos cenários A e C observa-se que as estantes são enfeitadas com luminosos, há também um conjunto de pequenas luzes em formato de árvore, que aparece nos cenários A, B e D. Nos cenários A e C há guitarras acomodadas em suportes na parede que são de propriedade do Beto. No cenário B consta a placa comemorativa de 100 mil inscrições no canal, fornecida pelo YouTube. Por fim, no cenário C visualiza-se uma bolsa estampada com uma ilustração do rosto de Audrey Hepburn, atriz conhecida principalmente por sua atuação no filme *Bonequinha de Luxo* (1961), além de um quadro com a marca Coca-Cola.

Eduardo Henrique Cilto, conhecido na comunidade *booktube* como **Eduardo Cilto**, é o *booktuber* com o maior número de seguidores, apesar de não ser um dos pioneiros do *booktube*, pois produz o canal há cerca de quatro anos. A ideia para começar o *Perdido nos Livros* surgiu em 2012, depois de conhecer os canais da Tatiana Feltrin e do *Cabine Literária*. A partir disso, ponderou: “*eu leio bastante, eu tenho opinião também, por que não? Por que não fazer um canal sobre livros?*”. A motivação veio da possibilidade de conversar com diversas pessoas sobre os livros que lia, já que seus amigos não eram leitores, vendo-se sem ter com quem conversar e debater sobre as obras que gostava. Foi nesta “*solidão de leitor*” que decidiu pesquisar e descobrir novas possibilidades de diálogos sobre livros na internet.

Ele possui um gosto literário similar ao de Pedro e Hugo, *booktubers* componentes dos 10 canais apresentados na Tabela 1, mas é o único, dentre esses dez, que faz paródias, encenações e performances a partir da cultura literária. Suas leituras são essencialmente livros juvenis, mas não se restringe a este gênero. Ao falar sobre livros, carrega exemplares na maioria de seus vídeos; afaga, alisa, beija, lambe e abraça os livros quando a história lhe agrada, dramatizando a relação de afeto com o objeto. Admira a capa, a diagramação, as páginas; usufrui por completo do livro enquanto bem. Na literatura, assim como em outras áreas, diz que não consegue optar entre um único título ou autor para ser “*o preferido*”. Sabe que seu gosto cultural se modificou com o passar dos anos, direcionando-se para determinados estilos de escrita ou determinados gêneros.

Conta que quando criança era um menino que gostava de ler e escrever sobre as pessoas que convivia, além de fazer algumas “traquinagens” – “*eu era a criança de satanás*”. Atualmente, não costuma consumir bebidas alcoólicas fora de casa, nem frequentar baladas.

²⁵¹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BDI-hSJiGiZ/>>. <<https://www.instagram.com/p/BC1KY50CGtF/>>. <<https://www.instagram.com/p/BCRMuuqiGlc/>>. Acesso em: 7 nov. 2016.

Revela que um dos seus desejos é fazer teatro, o que é perceptível em praticamente todos os vídeos que produz. Eduardo explora o universo das histórias ou o seu próprio cotidiano para dramatizar cenas, compor personagens e encenar diálogos, atuando a partir das inspirações que os livros lhe ofertam. Ele explora o uso de acessórios, perucas, maquiagens, cenários e possibilidades ofertadas pelos programas de edição de vídeo para personalizar o modo como conversa sobre livros. Ele foi uma das apostas da Revista *Capricho* entre os *youtubers* que se destacariam em 2016. Além de conceder entrevistas para o canal da *Capricho* no YouTube, também participa de sua produção de conteúdo online, sendo um dos apresentadores do canal na sessão *Clube do Livro*, no qual Eduardo indica e conversa sobre livros, tal como em seu próprio canal. Contudo, mostra-se mais sereno e ponderado em sua linguagem e expressões.

Mora em São Paulo com os pais, a irmã e o cachorro Marley. Seu melhor amigo na comunidade *booktube* é Igor Soares. É leonino, tem 1,70m de altura e nasceu no dia 08 de agosto de 1996 às 08:00 da manhã, completando 20 anos em 2016. Kursou Técnico em Informática durante três anos, mas acabou percebendo que não era aquilo que lhe faria feliz. Aos 17 anos ainda não sabia o que queria “*fazer da vida*”, dedicando os anos do Ensino Médio para refletir sobre seu futuro profissional. Contudo, tem noção de que gostaria de trabalhar com livros, já que esta relação é embebida em felicidade. Tem medo de fracassar e não realizar aquilo que almeja. Aliado ao medo do fracasso, também teme envelhecer. Seus sonhos são gravar um curta-metragem e publicar um livro, sendo que este último foi realizado em 2016.

Seu primeiro livro, intitulado *Traços* e publicado pela Editora Planeta, foi lançando na 24ª Bienal do Livro de São Paulo, com uma sessão de autógrafos no dia 03 de setembro. Segundo o *booktuber*, esta publicação é uma das coisas mais importantes que aconteceram na sua “*vida inteira*”. Quando revela para os seguidores a concretização desse sonho, comenta: “*ai gente, eu tô tão feliz, vocês não têm noção*”. Solicita o apoio destes para divulgar o livro através da *hashtag* #livrotraços, compartilhando conteúdos sobre a obra. Os seguidores responderam ao pedido ao compartilhar no Twitter²⁵² informações sobre o livro, expressando o seu desejo de adquiri-lo, o momento da aquisição, ou quando finalizaram a leitura, publicando seus trechos preferidos.

Após divulgar o lançamento do livro, compartilhou dois vídeos para contar como se deu o processo de produção. Realizou um diário de escrita, revelando o quanto produziu em cada etapa, quando terminou cada capítulo, os dilemas que enfrentou no momento de escrever e como conseguiu desenvolver a personalidade dos personagens. Encerrou seu diário de escrita

²⁵² Disponível em: <<https://twitter.com/search?q=%23livrotra%C3%A7os&src=typd>>. Acesso em: 25 nov. 2016.

contando que a escritora Thalita Rebouças escreveria a orelha do seu livro. Eduardo já tem uma ideia sobre o que escreverá e um contrato assinado com uma editora para sua segunda publicação.

Observando a **aparência visual**, destaco que Eduardo Cildo iniciou o canal aos 16 anos de idade. Passados quatro anos, é perceptível algumas mudanças. O formato do seu rosto alterou-se levemente, tornando-se mais fino e alongado, com as maçãs do rosto mais atenuadas. Passou a utilizar barba, o que lhe atribui um ar de maturidade. Tem olhos castanhos, cabelo preto liso, com corte baixo dos lados e fios longos na franja – característica física que se destaca, pois Eduardo costuma mexer e ajeitar seu cabelo durante o vídeo. Algumas vezes usa um chapéu preto ou um gorro, outras vezes usa óculos de grau. Ultimamente tem optado por roupas neutras nas cores preto, branco e cinza, além de jeans e xadrez. Também se tornou notória a mudança no modo como Eduardo fala e gesticula, com mais desenvoltura e confiança do que nos primeiros momentos do *Perdido nos livros*.

Quando está em um ambiente diferente ou quando é entrevistado, Eduardo mostra seu lado introvertido, fica tímido e mais contido naquilo que faz e fala. Contudo, quando está gravando um vídeo para o seu canal se mostra extremamente extrovertido e desinibido, transmite que está à vontade, rindo das “bobagens” que fala. Sua **linguagem verbal, gestual e corporal** é eufórica, como se Eduardo “tivesse tomado muitas xícaras de café antes de gravar”, tal como sugerido por um de seus seguidores. Inicia a conversa sempre com a frase: “*E ae pessoal, tudo bem com vocês? Eu sou o Edu*”, finalizando com “*enfim pessoal [...]*”.

Dentre os três *booktubers* analisados, Eduardo é o mais utiliza expressões popularizadas na internet, como os memes. Frases como “*queria estar morta*²⁵³”, “*então morre diabo*²⁵⁴”, “*vou vender minha arte na praia*²⁵⁵”, “*cabeça prum lado, corpinho pro outro*²⁵⁶”, “*será que estou na lagoinha*²⁵⁷”, “*se me ataca eu vou atacá*²⁵⁸”, “*eu tô tremendo Rosana*²⁵⁹” e “*eita Giovana*²⁶⁰” são recontextualizadas e inseridas no diálogo, adquirindo sentido e graça dentre aqueles que compartilham desta linguagem. No vídeo resenha sobre o livro *Selva de Gafanhotos*, por exemplo, Eduardo comenta sobre determinada situação na história: “*quem tem certeza que vai dar merda levanta a mão*”, erguendo posteriormente as duas mãos e as duas

²⁵³ Disponível em: <<https://youtu.be/b5FAlnr3HFfs>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

²⁵⁴ Disponível em: <https://youtu.be/f_zSdNOaITc>. Acesso em: 15 nov. 2016.

²⁵⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/2SGCgrCWnzs>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

²⁵⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/PoUCHI8RoVQ?t=3m47s>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

²⁵⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/NEe3uHjXkd0>>. Acesso em: 15 out. 2016.

²⁵⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/sPVRytXk0YI>>. Acesso em: 15 out. 2016.

²⁵⁹ Disponível em: <https://youtu.be/bdE5ureo_ZU>. Acesso em: 15 out. 2016.

²⁶⁰ Disponível em: <https://youtu.be/UXuAM_qOc4s>. Acesso em: 15 out. 2016.

pernas. Desequilibra-se e bate com a cabeça na cabeceira da cama. Após um estalo, exclama: “*eita Giovana*”.

O **cenário** de Eduardo é o seu quarto, as mudanças percebidas no decorrer dos anos foram as alterações que o *booktuber* fez neste espaço, que é revelado dependendo do ângulo em que se posiciona para a gravação. Entre os meses de fevereiro e março de 2015, pintou as paredes do cômodo, retirando os desenhos relacionados a notas músicas e perfis de prédios de uma das paredes (ângulo B). Adicionou luzinhas ao ambiente e três quadros, dentre eles sua placa comemorativa de 100 mil inscrições fornecida pelo YouTube, um quadro com a frase “*books are cool*” (livros são legais) e um quadro com atores da série *Glee*. A sua direita encontra-se uma mesa com um computador e livros, que também ficam dispostos em duas prateleiras aéreas. A sua esquerda, há uma estante para livros na cor vermelha, localizada perto de sua cama (ângulo D).

Figura 18 – Ângulos A, B, C e D do cenário de Eduardo Cilto.



Fonte: YouTube.

Victor Almeida, o terceiro *booktuber* observado, mora em Londrina/Paraná ou, segundo ele, em um “*lugarzinho no meio do nada*”. Tem 23 anos e faz aniversário dia 30 de novembro. É de sagitário – com ascendente em sagitário e lua em aquário. Acredita que o signo influencia, de certa forma, a personalidade das pessoas, mas não crê em horóscopo. É formado em Marketing e Propaganda, e trabalha atualmente como Diretor de Criação em uma agência

de publicidade²⁶¹. Quando terminou a faculdade, quis fazer o curso de psicologia porque tem profundo interesse pela “*mente humana*”, sendo que sua disciplina preferida durante o curso foi *Psicologia em Marketing*. Contudo, iniciar o processo de um novo vestibular acabou desanimando-o. Victor afirma que não sabe cozinhar, “arrotar”, entender o que as pessoas falam à distância, ser paciente e consolar.

Diz que tem dificuldades em lembrar das coisas, decidir algo e se manter animado todos os dias para gravar. Por outro lado, cantar, procrastinar, fazer design gráfico, produzir vídeos, fazer o *doce beijinho*, abrir potes e ser impulsivo/compulsivo são as coisas que afirma fazer bem. A melhor viagem que realizou foi com sua mãe para Nova York, cidade onde há uma especialização na área de criação que Victor sonha fazer. Seu sabor de pizza preferido é calabresa e pepperoni; não gosta de sorvete e detesta peixe e catupiry. Se pudesse ser o melhor amigo de uma personagem de seriado, escolheria a Lorelai Gilmore. *Gilmore Girls* e *Friends* são as suas séries favoritas, assistidas mais de 10 vezes cada, segundo ele.

É um *booktuber* que se declara *geek*, com profundo interesse pela cultura *pop*; e é a partir dessa característica que se constitui a identidade do *Geek Freak*. Quando criança, desenhava super-heróis na parede do seu quarto; hoje, o desenho ainda está presente na sua vida, seja como um *hobbie*, seja como um ofício. Já foi conhecido por sua ostentação em *Book Hauls*, mas atualmente se declara mais ponderado, apesar de ainda ser o “*rei da muamba geek*”. Contudo, a característica crucial que me despertou interesse acadêmico foi seu potencial para socialização entre *booktubers* e seguidores, pois organiza constantemente maratonas literárias e é um dos responsáveis pelos momentos de comunhão da comunidade em eventos como a Bienal do Livro.

Observando Victor praticamente desde que este começou o canal – há pouco mais de dois anos –, acompanhei não só o seu processo de emagrecimento e aperfeiçoamento da sua expressão corporal e verbal, como também presenciei os momentos em que este titubeou sobre seguir integrando a comunidade *booktube*, as diversas reflexões e cobranças que fazia para si mesmo sobre a qualidade dos vídeos e dos conteúdos produzidos e, principalmente, sobre o porquê de empenhar tempo, dinheiro e dedicação a um canal literário. Assim, um dos problemas que enfrenta com o canal é, segundo expressa, sua cobrança excessiva com o próprio desempenho, pois acredita que aquilo que produz nunca está bom o suficiente.

Ao findar o VEDA²⁶² de 2016, Victor postou um vídeo de desabafo, explicando fatos que estavam pesando em sua reflexão sobre continuar ou não com o canal. Para ele, a

²⁶¹ Disponível em: <https://youtu.be/_ZeGs1woI_Q>. Acesso em: 15 nov. 2016.

²⁶² O VEDA é analisado no decorrer deste capítulo.

experiência do VEDA foi o momento propício para que as ponderações e decisões fossem tomadas. Relata que não era somente o canal que estava pensando nessa decisão: *“a minha vida não tem sido fácil, tá gente, na questão da minha cabecinha. Eu venho me sentindo muito insatisfeito com o que eu tô fazendo, não só aqui no canal mas com a minha vida inteira, sabe, tá tudo juntando e virando um pedaço de bosta gigante”*. Victor comenta que é uma pessoa muito ansiosa, insegura e que possui algumas neuroses – *“essas coisas sagitarianas de fazer exagero com tudo, sabe?”*. Junto a isto, diz que o seu maior medo é falhar. É este medo que lhe acompanha diariamente. Mostra-se determinado em tudo o que faz, empenhando-se ao máximo para realizar aquilo a que se dispõe. Mas no caminho, a insegurança surge, levando-o a pensar que está fazendo algo errado ou que alguma coisa de errado acontecerá no futuro. A partir dessa insegurança, repensou a sua exposição através da internet por meio dos vídeos, chegando a cogitar excluir suas contas em todas as suas redes sociais e *“sumir”*.

Relata que alguns fatos ativaram esse medo de falhar, atuando como um gatilho para as suas crises de ansiedade: o canal parou de crescer no ritmo que costumava; as visualizações, o engajamento, o *feed back* e a participação nas maratonas diminuíram. O *booktuber* sabe que estes fatos podem ser ocasionais, não sendo um resultado direto de um suposto fracasso mas *“explica isso pras paranoia!”*. O sentimento de que Victor estava falhando o fez sentar e constatar: *“acabou! O Geek Freak não vai mais pra frente”*. Além desse medo, sentia-se insatisfeito com esse *“pensamento adolescente”* que o formava, vivendo em uma comunidade em que algumas coisas não estavam lhe agradando; *“coisas que a gente via que faltava um pouquinho de maturidade”*. Diz que sabe que também fez *“muita merda no passado”*, mas agora quer crescer, quer *“sair dessa cabecinha de criança”*.

Nesses momentos difíceis, relata Victor, *“a gente tem uma coisa chamada amizade, os amigos que a gente senta pra conversar [...] que às vezes passam pelos mesmos problemas”*. A partir disso, faz um agradecimento aos amigos *booktubers* Mayra, Thereza, Paulo Ratz, Vitor Martins, Wesley e Leilane, pessoas que lhe ajudaram a *“sair do buraco”*. Foram os amigos que reativaram o ânimo de Victor, que lhe lembraram a felicidade encontrada através do canal. O *booktuber* comenta: *“vocês me fazem feliz, o canal me faz feliz, ler me faz muito feliz, compartilhar tudo isso, ter o apoio, ter a companhia de vocês sempre que eu preciso”*. Além disso, com o fim do canal, Victor entende que jogaria fora *“dois anos de conquista”*. Por isso, respirou fundo e decidiu continuar.

Este é um dos vídeos mais comentados do *booktuber* durante a análise. Entre os comentários, há outros *booktubers* apoiando e torcendo por Victor – *“ufffa... assisti ao vídeo todo com o coração apertadinho aqui ;) we love you - fique bem ;)”* (Tatiana Feltrin); *“sacode*

a poeira e dá a volta por cima. ;)” (Juliana, canal *JotaPluftz*); *“Muita força pra você! E um mega abraço apertado. Adoro seu canal (e olha que sou a “moça” dos romances hahaha)”* (Paola Aleksandra) – assim como seus seguidores – *“Eu agradeço muuuuito por tudo que você fez por mim, todas as vezes que me ensinou algo, que me ajudou a superar algo, e agora é a nossa vez de te ajudar, espero que tudo dê certo <3”*; *“Victor!!!! Meu amor, a gente te adora!!! Fico muito muito feliz por você não ter desistido. <3”*; *“Se o seu canal acabar vou ficar bolado”*; *“Você é um dos únicos dos booktubers que eu amo. Sério. E uma pessoa que super me encorajou a fazer vídeos. E Vic, falhar todo mundo pode falhar. Mas poucos são os corajosos que tentam”*; *“Um vídeo por semana, meio vídeo, 3/4 de vídeo... Independente do que você fizer, eu vou te assistir”*.

Entre as conquistas de Victor estão, conforme seu relato, alguns aprendizados que o canal lhe proporcionou, comentados em seu vídeo comemorativo de 1 ano. O *booktuber* aprendeu que não precisa temer ou sentir-se envergonhado em falar e gravar aquilo que sente e pensa, não precisa temer o julgamento das pessoas. O medo há, mas Victor segue. Ele aprendeu a sair da sua zona de conforto, *“abrindo a cabeça para coisas novas”* e, por consequência, a respeitar mais a opinião de outras pessoas; aprendeu mais sobre o seu gosto literário, traçando ao longo do ano o seu perfil como leitor; aprendeu a ser mais paciente e que as coisas *“não acontecem do dia pra noite”*, melhorando aos poucos o conteúdo que produz e estabelecendo uma identidade para o canal: *“eu consegui desenvolver uma identidade pro Geek Freak, desenvolvi uma identidade que me deixa feliz em gravar, que me deixa confortável, de um jeito que me deixa satisfeito com o meu trabalho, que me deixa orgulhoso”*. Aprendeu a importância de dizer não e que não é possível agradar a todo mundo.

Ele aprendeu, ainda, que *“sonhar é melhor do que desistir”*; que os seguidores são mais do que números e visualizações: *“por trás de cada número, de cada visualização existe uma pessoa por trás daquilo, assim como a gente, com sentimentos, com sonhos, com projetos”*. Por consequência, Victor diz que aprendeu *“a amar mais as pessoas”*, sabendo que não há uma hierarquia entre leitores, nem entre seguidores e *booktubers*. Os seguidores também lhe mostraram que existem pessoas que estão dispostas a amá-lo do jeito que ele é. Comenta que já sofreu *bullying* no passado e que ficou assustado ao perceber que, independente do seu cabelo, do seu peso, ou de qualquer detalhe físico, os seguidores o apreciam: *“o que importa é que eu tô aqui disposto, abrindo o meu coração [...] e dizendo o que eu penso, e criando essa rede de amizade, de amor, de carinho”*. A partir disso, Victor Almeida diz que obteve um grande aprendizado: se aceitar.

Ele se revela um menino sonhador, com planos e projetos para o futuro, um leitor que está encontrando no YouTube um caminho para a amizade, para a realização dos objetivos e a força para superar o *bullying*, a descrença em si e o medo do fracasso. Alguns sonhos ainda serão realizados, como morar em outra cidade, conhecer o Japão e atingir 100 mil inscrições. Outros já foram conquistados, incluindo manter o *Geek Freak* e publicar um livro. Este último realizou-se em agosto de 2016, com o lançamento de *Para cada infinito*. A obra foi publicada através do selo *Contar e Criar*, um projeto que se destina à publicação de textos literários escritos por produtores de conteúdo, como *booktubers* e blogueiros. O conto de Victor, juntamente com o da *booktuber* Gleice Couto – *Antes do agora* – são os dois primeiros livros do projeto, vendidos em conjunto e com datas pré-estabelecidas.

“Olaaaaaa, fala galera tudo bom com vocês?”. É assim que Victor inicia seus vídeos, mexendo os dedos da mão direita embaixo do queixo. Despede-se com “*um grande beijo e tchau!*”, enquanto direciona a mão para a lente da câmera, finalizando o vídeo. Sua **linguagem verbal, gestual e corporal** é semelhante à de Eduardo Cilto, mas com uma dose a menos de euforia. Algumas vezes também utiliza expressões popularizadas na internet, assim como seu colega *booktuber*. As coisas que mais fala são: *entendi, show, adorei, morto, gente, ah sim*. Entretanto, uma das suas principais características em relação à linguagem é utilizar palavras relacionadas a excrementos fecais: *bosta, cocô, caguei, cagado, cagou, tô cagando, merda*, etc. Espacialmente, move-se pouco enquanto grava, o que não o impede de gesticular e se expressar através do movimento das mãos e dos braços.

Os três maiores desafios que diz ter conseguido superar foram: entrar no mercado publicitário, manter o *Geek Freak* e emagrecer. Este último é perceptível no decorrer dos dois anos do canal. Victor é o *booktuber* analisado que mais sofreu alterações na **aparência visual** e que, por conseguinte, acabou modificando a forma como se expressa no vídeo. Ao adquirir experiência no YouTube e ao passar por uma transformação física, o *booktuber* começou a transmitir maior confiança naquilo que fala, mostrando-se confortável ao conversar sobre suas experiências literárias em frente à câmera. No início do canal, observo um Victor contido, cauteloso, que titubeia algumas vezes no momento de expor suas opiniões. Já nos últimos vídeos da análise, observo um Victor seguro, sorridente e à vontade com aquilo que faz.

Victor Almeida usa óculos e aparelho dentário inferior, tem cabelo castanho curto, usa barba e bigode. Possui tatuado no antebraço esquerdo a imagem de um coração estilizado. Esporadicamente utiliza boné, gorro e um *piercing* no septo. Costuma vestir camisetas com referência à cultura pop e à cultura *geek*, além de camisas com diferentes estampas, como xadrez

ou formas geométricas. Assim como os outros dois *booktubers* analisados, não se sabe o que Victor veste da cintura para baixo.

Por fim, o **cenário** de Victor Almeida também é o seu quarto. O cômodo não apresentou nenhuma alteração significativa no decorrer dos dois anos do canal. Contudo, ao contrário de Eduardo Cilto, que oferta diferentes ângulos do seu quarto, possibilitando-me conhecer o ambiente, Victor utilizou apenas dois ângulos do mesmo plano de fundo. Neste, é possível visualizar os livros que compõem seu acervo, além de outros elementos relacionados. Na prateleira observa-se um boneco feito de pano que foi confeccionado e presenteado por um seguidor; próximo a este objeto há uma caderneta com estampa de cachorro, que também foi um presente dos seguidores. Em outra prateleira há um boneco maleável da personagem Mike Wazowski, do filme *Monstros S.A* (Pixar), além da miniatura de uma Kombi amarela (ângulo B). No ângulo A é possível observar uma estante de livros onde há também um pote com papéis coloridos. Também contempla um bibliocanto com o *design* de um cursor do sistema Windows em formato de mão.

Figura 19 – Victor Almeida em 2014 e 2016.



Fonte: <https://youtu.be/SO4G0GpS96o> e https://youtu.be/HGEDQHei_H0.

Pensando o **papel constituído** pelos *booktubers* observados, percebo **Eduardo Cilto** como um paulista descolado e moderno, fato que se expressa tanto em sua linguagem quanto em seu modo de vestir, semelhante à moda *indie* masculina. Também é reflexivo e sonhador, empregando o jeito como vê o mundo no modo como conduz o canal. Suas leituras e escolhas refletem o momento que vive, a juventude. Com Eduardo, o lado divertido, criativo e dinâmico da leitura pode ser observado. Ao identificar-se com a cultura literária, a transforma em tema de conversa e contexto para que a sua predileção pelo teatro se expresse. Ele usufrui de modo pleno de suas leituras, utilizando a imaginação e a criatividade para torná-la própria.

A juventude e os sonhos também são características de **Victor Almeida**, que agrega à comunidade o valor das relações de amizade, de confiança e de ajuda mútua. É um menino que

expressa seus sentimentos, seus medos, suas superações através de conversas sobre aquilo que lê. Um autointitulado *geek* que constitui seu círculo de afeto e apoio dentro da comunidade, mostrando como a leitura é uma prática que possibilita e amplia círculos de pertencimento, é cimento constituidor de grupo. Com Victor, percebo o lado social da leitura, promovendo maratonas, eventos, projetos e desafios. Ele mostra que o encontro com o outro é tão necessário quanto o encontro consigo mesmo através da leitura.

Tatiana Feltrin, por sua vez, traz para o *booktube* a relevância da cultura literária, a importância do pensamento crítico para a vida do leitor. Ela desmistifica e propaga obras canônicas que, pelo senso comum e pela percepção dos críticos literários, estariam destinadas apenas ao leitor de alta literatura. É bibliófaga – uma pessoa que devora livros – e bibliófila – uma pessoa que ama livros e, por conta disso, cultiva um grande acervo de obras. Através de sua experiência como professora e de sua curiosidade, mas sem pretensões acadêmicas ou pedagógicas, se coloca como uma leitura comum, alguém que quer conversar e trocar experiências literárias com outros leitores através do YouTube. É alguém que, dotada de maturidade que os mais de 30 anos enquanto leitora lhe proporcionaram, traz para a comunidade obras e autores que não estão em voga no mercado editorial, possibilitando aos seguidores e aos demais *booktubers* uma conversa sobre a biblioteca universal que constitui a literatura nacional e internacional.

Através das palavras de Ehrenberg (2010) e da descrição biográfica ofertada pelos *booktubers*, percebo que Tatiana, Eduardo e Victor são empreendedores da própria trajetória. Suas identidades são construídas através de uma performance voltada para o futuro. Seus “pertencimentos coletivos tradicionais” tornam-se irrelevantes nesta construção, pois esta é formada por suas ações, suas leituras, sua visão de si, do outro e do grupo, expressa por meio dos vídeos. Os *booktubers* revelam percursos que constituem sua trajetória, são autores de sua biografia, ambicionando tornarem-se o seu melhor. O medo que Eduardo e Victor sentem em relação ao fracasso elucidada a vivência e a pressão do culto da performance: a obrigação de ser infalível, de ser o vencedor, aquele que se tornou o seu melhor “eu”, um “eu” que é reconhecido através de sua visibilidade social.

Goffman (2002) esclarece os pormenores desta construção identitária. Inicialmente, entendo que todos os elementos que disponho para compreender os *booktubers*, sua comunidade e suas relações são performances que acontecem na região de fachada, na qual há um esforço, mesmo que involuntário, para aparentar e manter certos padrões. Não tenho acesso à região de fundo, pois não visualizo o que acontece antes e depois da gravação dos vídeos.

Meu conhecimento sobre estes momentos ampara-se apenas naquilo que os *booktubers* contam, quando desejam contar.

Os *booktubers*, enquanto atores sociais, utilizam expressões emitidas e transmitidas em suas representações. Expressões faciais e corporais transmitem significados através do corpo quando a comunidade é formada por relações mediadas por vídeos. O corpo é uma forma de comunicação. Tal como mencionado anteriormente, as relações na comunidade não são desencarnadas da imagem, pois estão profundamente atreladas ao corpo físico. Os gestos, as expressões e a movimentação dos *booktubers* no vídeo nos dizem tanto sobre o seu “eu” e sua relação com os livros e a leitura quanto as expressões transmitidas, ou seja, quando falam e agem de forma consciente.

Observando o equipamento expressivo padronizado empregado pelos *booktubers* em suas representações, compreendo que as fachadas pessoais e sociais são expressas. Através da fachada pessoal, a mais íntima delas, conheço a idade, o sexo, as características raciais, as expressões, o vestuário, a profissão e a linguagem dos *booktubers* analisados. Interessante notar que, quando se conhecem pessoalmente, os *booktubers* atentam-se a um dos únicos elementos da fachada pessoal que não é revelada através dos vídeos: a altura. Mesmo quando partilham do enquadramento na cena com outro *booktuber*, a altura pode ser mascarada. Um exemplo é o vídeo de Klebio Dantas (canal *Mundo Paralelo*) com Prata (canal *Estante de Prata*) pois, durante um erro de gravação, descobrimos que Klebio utilizara uma banquetta para ficar na altura de Prata.

Quando descrevo o cenário dos *booktubers*, atento-me para sua fachada social, na qual a mobília, a decoração e a disposição dos elementos também integram sua representação do “eu”. O cenário e, por consequência, a fachada social, é um elemento crucial para compreender as relações estabelecidas no YouTube porque este espaço é formado, também, pela cultura do quarto. A cultura do quarto é amplamente percebida entre os *booktubers*, pois a grande maioria grava seus vídeos neste espaço, no qual os livros e os demais elementos que estes dispõem em suas estantes, assim como sua mobília, é revelada através do vídeo. No YouTube, o quarto atua como espaço de participação cultural semiprivado, pois torna-se publicizado através da câmera e do compartilhamento nas redes sociais. Antes espaço íntimo no qual o leitor se recolhia para ler, longe dos olhos e do julgamento alheio, o quarto hoje também se caracteriza como um local público, onde o corpo está presente, representando-se na medida em que conversa e se relaciona.

Há um número ínfimo de *booktubers* que não partilham do enquadramento do vídeo com livros. Sua presença leva-me às palavras de Chartier (1999a), Manguel (1997) e Pereira e

Beleza (2014), relativas à questão de que o livro carrega uma autoridade, sua simples presença física já possui em si significados sociais e culturais. A imagem do livro possui um apelo cultural e literário, sua posse já revela uma riqueza intelectual. Para além disso, a presença dos livros também revela pertencimento à comunidade *booktube*, uma vez que é um item padrão no cenário, atuando como elemento identitário. Através da cultura do quarto, a objetificação do capital cultural é percebida no *booktube* por meio daquilo que é apresentado como plano de fundo no cenário dos vídeos. Além de livros, observo os demais objetos que compõem o *booktube*, como uma gravura de Edgar Allan Poe no cenário de Tatiana, o quadro de *Glee* no cenário de Eduardo e o boneco de uma personagem da Pixar no cenário de Victor.

Dentre os elementos que constituem os cenários, para além dos livros, alguns se mostram como tendência assimilada por grande parte da comunidade, com destaque para: as miniaturas colecionáveis denominadas de *Funko Pop*, luzinhas e a organização dos livros através de um sistema de cores. Há uma variedade de miniaturas relacionadas à cultura literária – como as da saga *Harry Potter* – e relacionadas a outros produtos da Indústria Cultural – como as personagens do filme *Toy Story* ou de séries como *Orange is the new black* e *Friends*. Estes colecionáveis adornam as estantes de uma quantidade significativa de *booktubers*, entre eles Victor e Tatiana. Já Eduardo possui os colecionáveis das personagens do jogo *Super Mário Bros*, comercializados pelo Mc Donald's. Como observo em Tatiana, estes objetos corporificam e revelam o apreço por determinado autor, história ou produto cultural. Não se trata de um objeto neutro, pois também contribui para a narração biográfica do *booktuber*.

As estantes dos *booktubers* são organizadas e pensadas, também, a partir de uma apreciação estética. Os livros que compõem as bibliotecas dos leitores, além de serem a plataforma através da qual conectam-se à narrativa, são também objetos de desejo a serem apresentados. Algumas estantes são organizadas por meio de um sistema de cores e não por ordem alfabética ou demais sistemas geralmente utilizados em bibliotecas. Esta tendência é observada tanto no Brasil quanto no exterior, tal como visualizado nas estantes das *booktubers* estrangeiras Jen²⁶³, Lilian²⁶⁴, Shauna²⁶⁵ e Fiderly²⁶⁶. Alguns *booktubers* utilizam luzinhas não apenas como uma forma de iluminação, mas com fins decorativos.

Ao entender a objetificação através de Miller (2013), percebo que os *booktubers* constituem os seus cenários ao mesmo tempo em que os cenários também constituem os

²⁶³ Disponível em: <<https://goo.gl/dzJM0p>>. Acesso em: 17 out. 2016.

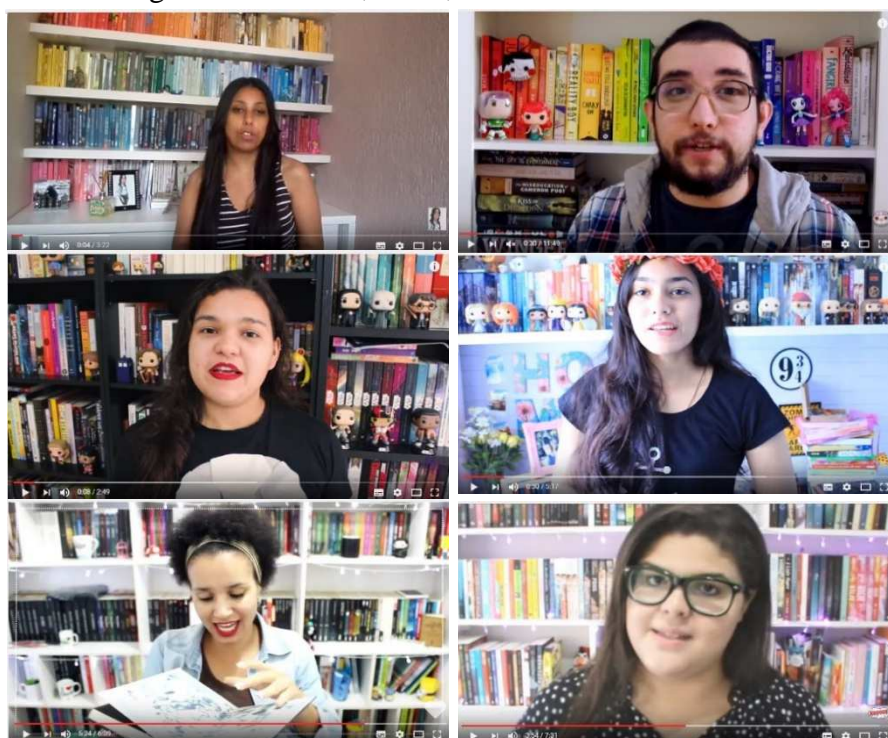
²⁶⁴ Disponível em: <<https://goo.gl/Im5AfX>>. Acesso em: 17 out. 2016.

²⁶⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/5jtrgT>>. Acesso em: 17 out. 2016.

²⁶⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/5lWS5U>>. Acesso em: 17 out. 2016.

booktubers. Compreendo que não há uma separação entre sujeito e objeto porque um constitui o outro na representação do “eu”, são elementos necessários na performance. Os “trechos” que os cercam também formam sua identidade, moldando seu comportamento ao compor sua representação.

Figura 20 – Livros, cores, colecionáveis e luzinhas.



Fonte: YouTube.

Durante o período de análise, Tatiana Feltrin publicou 223 vídeos, Eduardo Cilto 51 e Victor Almeida 104. Estes dados tanto elucidam a quantidade de informações que cada *booktuber* tornou pública e que pôde ser analisada, quanto à **temporalidade** de cada canal. Observando as datas de publicação dos vídeos de Tatiana Feltrin, entendo que há regularidade temporal. A *booktuber* publica vídeos quarta, sexta e domingo, sendo que as sextas-feiras são dedicadas aos projetos de leitura e as publicações em outros dias da semana são excepcionais. Cada final de mês faz um planejamento, que nem sempre é seguido à risca, para nortear os conteúdos que serão produzidos.

Utiliza como auxílio para seu planejamento a Média Agenda Mensal e *post-its* coloridos²⁶⁷. Deste modo, consegue visualizar e organizar os vídeos padrões, os vídeos extras e os vídeos que precisaram ser substituídos. A diferença desta agenda é que o mês é visualizado

²⁶⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/cfo7FaSRTvg>>. Acesso em: 17 out. 2016.

como um todo na página, deixando um espaço para cada dia da semana. A partir de seus compromissos pessoais e do seu processo de leitura, organiza quando publicará os tipos de conteúdo padrão do canal: resumos do mês, recebidos do mês (*Book Haul*), Você Escolhe, Quadrinhos e Mangás, Perguntas e Respostas e resenhas, encaixando os demais.

Eduardo Cilto não apresenta uma regularidade nas datas de publicação, nem em relação ao número de vídeos que publica por mês. O que noto é que há uma recorrência de publicações nas segundas-feiras. Contudo, ao contrário de Tatiana, não realiza uma calendarização para a publicação dos seus vídeos padrões: recebidos do mês (*Book Haul*) e resenhas. **Victor Almeida**, por sua vez, informa por meio de sua arte do canal que sua periodicidade é de um vídeo por semana. O *booktuber* posta em dias diferentes, deixando de publicar vídeos em algumas semanas. Apreendo, deste modo, que os dois *booktuber* não possuem uma organização mês a mês como Tatiana, produzindo e publicando conforme suas leituras e sua rotina pessoal permitem.

Observo também que abril é um mês excepcional para a temporalidade da comunidade, isso porque grande parte dos *booktubers* participa do VEDA – *Vlog Every Day April/August*. O VEDA é um desafio para os *youtubers* que se propõem a realizá-lo, uma vez que não é desenvolvido apenas pelos *booktubers*. Quando decide por sua realização, o *booktuber* se propõe a produzir e publicar um vídeo por dia durante todo o mês de abril ou de agosto. Na comunidade analisada, o mês de abril é essencialmente dedicado a este projeto, sendo menos notório em agosto. Em 2016, Tatiana Feltrin e Victor Almeida participaram do VEDA. Eduardo Cilto participou em 2014. Não se sabe ao certo qual *youtuber* foi o primeiro a “VEDAR”; o que se sabe, a partir de pesquisas no YouTube, é que seu início ocorreu em 2009²⁶⁸ em canais de língua inglesa, conforme sua nomenclatura já indicava.

O VEDA exige dedicação do participante, potencializando sua produtividade e criatividade para elaboração de conteúdos para o canal. É um período no qual os *booktubers* solicitam perguntas aos seguidores para a elaboração de vídeos do tipo Perguntas e Respostas, respondem um maior número de *Tag's*, produzem conteúdos diferenciados, além de pedir sugestões através dos comentários dos vídeos. Geralmente, o primeiro vídeo do VEDA apresenta o projeto aos seguidores do canal com algumas explicações sobre o que se trata, e o último faz o seu encerramento, com comentários sobre como foi a experiência, a contemplação de ter conseguido realizá-lo e, até mesmo, uma retrospectiva do que foi produzido no mês.

²⁶⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=SHP73wglO9A&list=PL9175F15B99EF10BB>>. Acesso em: 17 out. 2016.

Compreendo, pelas expressões dos *booktubers*, que o VEDA é assumido como um desafio pessoal. O *booktuber* sente-se realizado quando o completa, pois mostrou para si mesmo, e para os outros, que era capaz. O VEDA também revela que alguns processos e práticas desenvolvidos em outros segmentos do YouTube circulam e constituem práticas dos *booktubers* na comunidade. Os *booktubers* assimilam seu formato, seu propósito, sua temporalidade, mas trazem-no para o seu contexto. Isto é, o VEDA é dedicado ao universo literário e ao contexto do *booktuber*.

A comunidade *booktube* alinha-se na utilização de **recursos audiovisuais** e de **recursos fornecidos pelo YouTube**. Neste campo, as diferenças entre os canais são tênues; a edição dos vídeos é a área mais particularizada, adequada ao estilo e à identidade de cada canal. A edição dos vídeos de Tatiana Feltrin, por exemplo, não demonstra alteração em sua localização no cenário, o que me leva a perceber que esta cortou e editou os trechos desnecessários, assim como Victor Almeida. Eduardo Cilto é o que explora os enquadramentos de modos diferentes. Em alguns vídeos, as edições são perceptíveis através da mudança de posição do *booktuber*, ora centralizado, ora à esquerda, ora à direita. Também insere algumas vezes cenas retiradas de outros vídeos, geralmente memes da internet. Por exemplo, no vídeo²⁶⁹ em que fala sobre o *teaser* de *Desventuras em Série*, comenta: “já fiquei até suando já”, logo após, a edição mostra Inês Brasil girando e falando “*ui que delícia*”, voltando novamente para a imagem de Eduardo.

Essa prática é também explorada pelos outros dois *booktubers* analisados, mas de forma esporádica. Tatiana utiliza a edição também para corrigir informações equivocadas ou adicionar lembretes para quem assiste ao vídeo, como alerta de *spoilers*. Outro recurso utilizado a partir da edição é a inserção do nome dos *booktubers* no início dos vídeos (Figura 24), identificando-os perante aqueles que os assistem pela primeira vez. É perceptível que os três *booktubers* analisados dominam e aperfeiçoam a prática da edição e gravação de vídeos. Com o passar dos anos, eles foram investindo também em equipamentos como câmeras e microfones. Seus vídeos estão entre o vídeo profissional produzido em gravadoras e emissoras de televisão e o vídeo amador. Neste sentido, como argumenta Lange (2009, p. 83), nem sempre há uma divisão absoluta entre um vídeo profissional e um vídeo amador. Os *booktubers* são um exemplo disso.

Em se tratando dos equipamentos necessários para a produção de um canal literário no YouTube, a *booktuber* Bruna Miranda²⁷⁰ oferta um detalhamento maior. Declara: “*pra gravar os meus vídeos eu preciso da minha luz, [...] da minha câmera e do microfone, e da minha estante organizada*”. Deste modo, apresenta os quatro elementos básicos para a gravação do

²⁶⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/3OtKUU-X2W0>>. Acesso em: 17 out. 2016.

²⁷⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/skt1NLGJmTo>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

vídeo: plano de fundo (estante de livros), câmera, iluminação e microfone. A diferença na imagem está mais atrelada à qualidade da iluminação do que à qualidade da câmera, logo, nada impede que um *booktuber* grave seus vídeos com qualidade utilizando seu celular, já que alguns aparelhos apresentam a resolução 720p HD, utilizada atualmente por Bruna. Entretanto, não ter equipamentos para iluminação não é impeditivo, basta saber aproveitar a luz natural. A luz do cômodo em que grava o vídeo não é apropriada uma vez que, vindo de cima, provoca sombras conforme a *booktuber* se movimentada. O ideal é que a luz venha de frente, tal como a que é fornecida por uma janela. Por gravar em um espaço mal iluminado, Bruna utiliza uma softbox²⁷¹, o mesmo aparato utilizado por Eduardo Cilto.

Ela constata, contudo, que o áudio é o elemento crucial de um vídeo, é nele que a preocupação quanto à qualidade deve estar voltada. Bruna alega que um áudio ruim pode afastar atuais e potenciais seguidores. Neste caso, o ideal é que a gravação do vídeo seja auxiliada por um microfone externo, seja um gravador de áudio, o gravador do celular ou um microfone de lapela, como o utilizado por Tatiana (Figura 17). Caso seja utilizado um microfone externo e se não dispor de uma claquete, o *booktuber* pode sincronizar imagem e áudio com um bater de palmas – “*you peg a estouro da onda de áudio e you peg a imagem que a mão bate*”.

Perceba que o vídeo de Bruna Miranda elucida características próprias de uma comunidade inserida na cultura da participação: uma orientação realizada de modo informal, na qual os mais novos são auxiliados pelos mais experientes. Além deste auxílio ser observado no campo da cultura literária, os *booktubers* também auxiliam uns aos outros, compartilhando saberes referentes ao letramento técnico relacionado ao YouTube e às técnicas de gravação e edição de vídeos. Ao mostrar um viés pedagógico, o vídeo revela trocas de ensinamentos e práticas, há a contribuição de cada *booktuber* para o crescimento e o aperfeiçoamento do conteúdo produzido pela comunidade como um todo. Além disso, como destacado no capítulo 5, o letramento no YouTube, ou seja, o desenvolvimento de competências culturais e tecnológicas relacionadas à plataforma enquanto rede social, não se dá de forma isolada, ele é coletivamente compreendido, construído e ensinado.

O enquadramento de Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto e Victor Almeida, assim como da maioria dos demais *booktubers*, é em primeiro plano – também chamado de *close* ou *close-up* – pois estes são enquadrados do peito para cima, com a utilização do ângulo normal, ou seja, a câmera está posicionada no nível dos olhos do *booktuber*. Este tipo de ângulo transmite a sensação de tranquilidade e estabilidade, uma vez que a câmera abaixo do nível dos olhos –

²⁷¹ Disponível em: <[http://lista.mercadolivre.com.br/softbox-luz#D\[A:softbox-luz-\]](http://lista.mercadolivre.com.br/softbox-luz#D[A:softbox-luz-])>. Acesso em: 28 nov. 2016.

contra-plongée – transmite a sensação de grandeza e imponência e a câmera acima do nível dos olhos – *plongée* – transmite a sensação de opressão e intimidação. (MODRO, 2008).

Os canais no YouTube convidam aqueles que os assistem a uma reação, a uma relação estabelecida através da conversação. O enquadramento escolhido pelos *booktubers* alinha-se a esta característica, pois é um ângulo que transmite maior intimidade entre aquele que grava o vídeo e aquele que o assiste. O *booktuber* fala com a câmera como se estivesse falando com o seu seguidor, olhando-o no olho, cara a cara. É a partir dessa proximidade que o *booktuber* revela-se àquele que o assiste. A posição em que encontra na cena, para além daquilo que fala e faz, contribui para a construção de relações e afetividades.

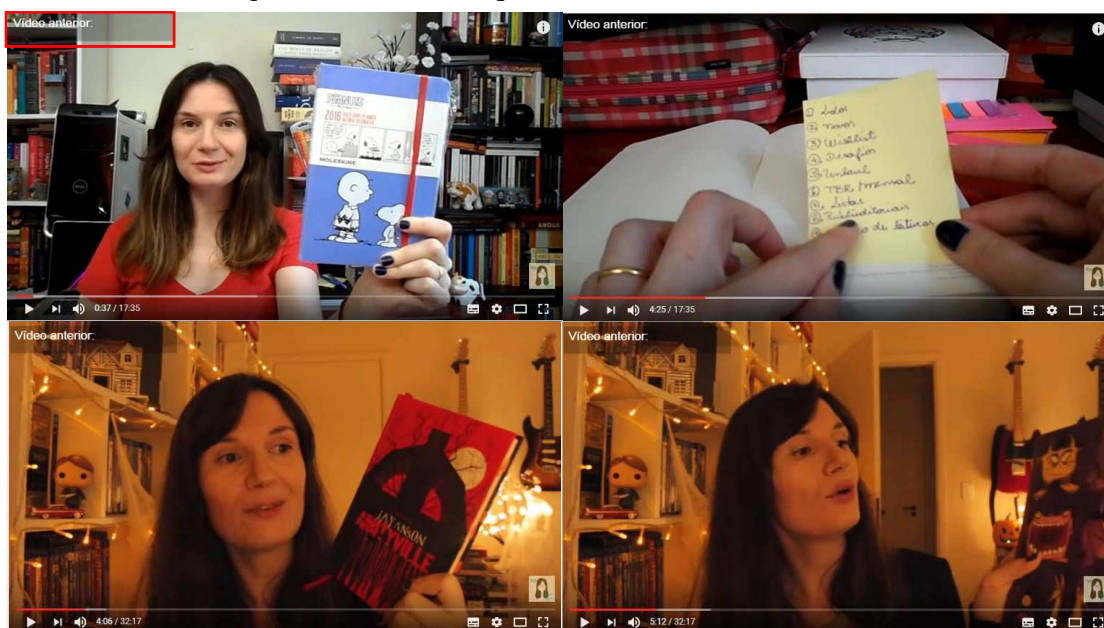
O enquadramento geralmente muda apenas quando os *booktubers* produzem vídeos no estilo vlog, ou quando filmam o ambiente, alguma atividade ou determinados objetos. Exemplificando esta afirmação, há o vídeo em que Tatiana monta seu caderno de organização de leituras de 2016. Neste, a *booktuber* inicia o vídeo com o enquadramento em primeiro plano com ângulo normal, cortando para o ângulo *plongée* ao mostrar no vídeo a atividade em si e suas mãos. Neste tipo de vídeo, também é percebido a utilização de música ambiente durante a realização da atividade que é filmada. Em relação à sonoridade, alguns *booktubers* utilizam música ambiente enquanto falam sobre livros, o que não é percebido nos três *booktubers* analisados, exceto em casos esporádicos. O que é notório é a preocupação com a qualidade do áudio e o volume da voz.

Tatiana altera a iluminação ambiente, a edição dos vídeos e a abertura do canal em outubro, pois dedica este mês ao horror devido ao *Dia das Bruxas* – 31 de outubro. Adiciona alguns elementos ao cenário, como um tule branco na estante contendo algumas aranhas de plástico, uma cabeça de abóbora, a miniatura do carro *Christine* (Stephen King) e um *Funko Pop* da personagem Hannibal. Durante todo o mês de outubro, Tatiana dedica-se somente às leituras relacionadas ao tema, lendo histórias de terror e suspense. No *Mês do Horror* de 2016, leu a biografia de Edgar Allan Poe, *Horror em Amityville* (Jay Anson), *Hell House* (Richard Matheson), *Corações nas Sombras* (Allan Francis), contos de H. P. Lovecraft, dentre outros títulos. Neste mês, inicia os vídeos com trechos de filmes clássicos de terror, além de realizar uma maratona com seu marido sobre filmes do gênero²⁷². Inspirado por Tatiana Feltrin, em 2014 Victor Almeida também dedicou outubro ao mês do horror²⁷³.

²⁷² Disponível em: <<https://youtu.be/gvSmoWMsBT0>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

²⁷³ Disponível em: <<https://youtu.be/PqoXhqJ-2fY>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

Figura 21 – Sobre enquadramento e o Mês do Horror.



Fonte: <https://youtu.be/1DCVrWyBZtI> e <https://youtu.be/H7f1LiSyQWc>.

Segundo Peixoto (2014), os vídeos dos canais no YouTube possuem uma estrutura básica, que também é percebida no *booktube*: 1. Abertura do vídeo com introdução ao assunto (lead²⁷⁴); 2. Vinheta; 3. Assunto pautado e 4. Fechamento. Observo estas quatro etapas nos canais literários, apesar da primeira ser menos notória. Já as outras três estão presentes em praticamente todos os vídeos. Um dos exemplos desta estrutura em quatro etapas – e de como a estrutura pode ser personalizada – é o vídeo de Victor Almeida intitulado *Livros Que Eu Abandonei | Geek Freak*²⁷⁵. O vídeo inicia com Victor dando uma saudação e comentando que falará sobre os livros que abandonou. Há um corte para um trecho do vídeo de Franciele Fernanda cantando no programa Raul Gil a música *Abandonada*²⁷⁶, seguido da vinheta do canal, assunto pautado e fechamento. Neste último, são inseridos comentários finais, agradecimentos e os pedidos para auxílio do canal – “dar um joinha”, ajudar a compartilhar o vídeo, realizar a inscrição no canal e seguir o *booktuber* nas redes sociais. Esses pedidos são realizados tanto verbal quanto visualmente, por meio de *links* e ícones disponíveis nos vídeos. Apesar de ser menos comum, essas solicitações também podem ocorrer no início no meio do vídeo, tal como é possível observar na Figura 22.

²⁷⁴ O *lead* é o “primeiro parágrafo do texto jornalístico”, relatando “de forma sintética, os fatos mais importantes da notícia. [...] A ideia central do *lead* é ser um ‘chamariz’ para prender a atenção do leitor, conduzindo-o aos demais parágrafos da matéria”. (CLEMENTE, 2005, p. 4).

²⁷⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/wj7SMQMrLNE>>. Acesso em: 18 out. 2016.

²⁷⁶ Disponível em: <https://youtu.be/OLWxcQB_aGA>. Acesso em: 18 out. 2016.

Para finalizar seu vídeo sobre livros abandonados, Victor fala: “*se você assistiu esse vídeo até aqui, deixe seu joinha e também se inscreva no canal para receber todas as notificações [...] eu vou ficando por aqui mas a gente se vê no próximo vídeo, um beijão pra vocês e tchau!*”. Ao mencionar um próximo encontro, Victor utiliza de uma das características essenciais dos vídeos de afiliação, tal como destacado por Lange (2009), pois estabelece intimidade ao propor a continuação dos encontros, característica que também está presente nos vídeos de Tatiana Feltrin e Eduardo Cilto.

É corriqueiro que, ao findar a explanação, os *booktubers* solicitem a participação dos seguidores através dos comentários no vídeo: “*deixe aqui nos comentários qual foi o livro que você abandonou e que você se sente mais culpado por não ter terminado ele porque todo mundo ama*”, estratégia que busca alimentar o relacionamento com o público. Neste viés, na concepção de Peixoto (2014, p. 49), mais importante do que pedir *likes* e compartilhamentos é incentivar os comentários nos vídeos, convidando os seguidores a participarem do conteúdo do canal.

Os recursos ofertados pelo YouTube são amplamente utilizados. Dentre eles, consta a arte do canal, alinhada à identidade visual dos *booktubes* (Figura 23). Este é um espaço no qual personaliza-se o canal literário com um desenho ou uma marca. Algumas vezes há a foto do *booktuber*, a presença de livros e um *slogan* – “Literatura e Cultura Pop”, “Estranhamente legal”, “Sobre amor pela literatura”. A arte do canal é utilizada também para apresentar a periodicidade das postagens. Alguns informam que o canal contemplará um vídeo novo por semana, outros especificam os dias em que as postagens vão ao ar, geralmente no meio e no fim da semana. Há, ainda, *links* para as redes sociais pessoais do *booktuber* ou do canal, para blogs ou *links* de *e-commerce*, como na arte do canal de Eduardo Cilto, que aproveita este espaço para a divulgação do seu primeiro livro.

Os recursos da plataforma também são explorados durante o vídeo. Os círculos vermelhos da Figura 24 destacam as marca-d’águas de cada *booktube*. Ao clicar neste ícone, abre-se, em uma nova guia, a página inicial do canal. Os quadrados vermelhos destacam a presença de *cards* nas Figuras 24 e 25, inseridos no canto direito superior da tela, representado pelo ícone “i”. Na edição do vídeo na plataforma, o *booktuber* pode adicionar um *card* de uma *playlist*, vídeo isolado, mercadoria, captação de recursos e *site* associado. O mais percebido são os *cards* de *playlist*, nos quais o *booktuber* organiza uma lista de vídeos que serão apresentados no lado direito da tela ao clicar no ícone “i”, agregando interatividade ao canal. Há também a utilização de *cards* mais simples, que podem conter *links* de outros vídeos que são mencionados no diálogo, *links* para canais de *booktubers* visitantes e demais possibilidades de encaminhamento do seguidor através de diversas páginas, no YouTube ou não. Há, ainda, *cards*

localizados à esquerda superior da tela que permitem ao seguidor conferir o vídeo anterior ao que está assistindo, como o destacado na Figura 21.

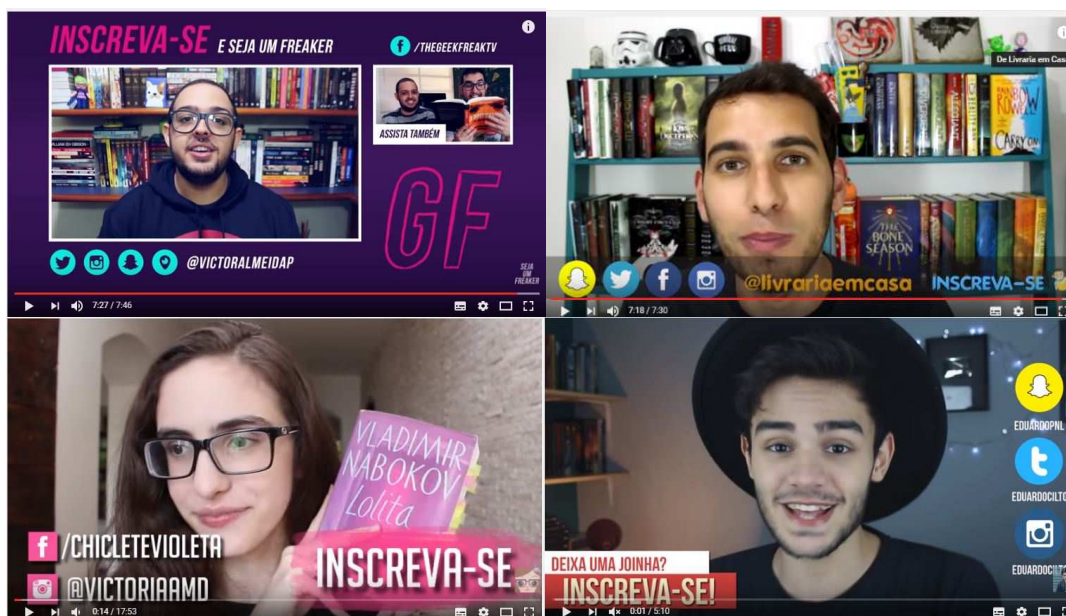
O YouTube denomina “Estúdio de Criação” a seção na qual o *youtuber* organiza, edita e monetiza seu canal. É nesta página que os recursos são ativados e organizados, além do controle de dados e informações como comentários, *likes*, *deslikes*, monetização, e demais atividades que abarcam o canal no YouTube. Alguns recursos são liberados apenas para “parceiros verificadas”, ou seja, canais que permitem a monetização e a inserção de anúncios no vídeo, ligando a conta ao Google AdSense. A maioria dos *booktubers* são “parceiros verificadas”, isso é perceptível porque um dos recursos liberados apenas para estes canais é a utilização de miniaturas personalizadas nos vídeos. Contudo, o canal só receberá um selo de verificação quando contemplar mais de 100 mil inscrições.

Para desfrutar de uma ampla gama de recursos disponibilizados pelo YouTube, os *booktubers* precisam aceitar seus termos e monetizar o canal. A recusa da monetização e da inserção de anúncios acarreta uma escassez de possibilidades, interdição da faculdade de personalização do canal ou de inserção de ferramentas de interatividade. As miniaturas personalizadas (Figura 26) são uma das formas utilizadas pelos *booktubers* para chamar a atenção dos seguidores e de quem navega no YouTube para seu vídeo, além de alinhar-se à identidade de cada canal, conforme é notável nas aparentes diferenças das miniaturas de Tatiana, Eduardo e Victor.

O *booktuber* passa por quatro etapas básicas desde a escolha de um livro até a inserção de um vídeo sobre este no canal: a primeira é o momento da leitura em si que, por vezes, pode gerar um roteiro para o vídeo; a segunda é a gravação e edição do vídeo; a terceira é sua inserção e edição na plataforma do YouTube a partir do Estúdio de Criação e a quarta é a divulgação, interação e conversação sobre ele através dos comentários do vídeo e em outras redes sociais.

Por terem familiaridade, tanto com a prática da leitura quanto com o universo do YouTube, os *booktubers* desenvolveram uma facilidade para a criação e o compartilhamento de conteúdos no YouTube. Tatiana Feltrin afirma que não demora muito no momento de gravar e editar um vídeo, pois com o passar dos anos já desenvolveu aptidões para tal. Grava vídeos com cerca de 15 a 20 minutos, levando relativamente o mesmo tempo para a edição e cerca de 5 a 10 minutos para a organização dos equipamentos para gravar, como ajustes da câmera e iluminação. Geralmente não faz roteiros para os vídeos, elabora apenas algumas anotações com pontos-chaves que pensa ser necessário expressar.

Figura 22 – Username de redes sociais e solicitação de inscrição.

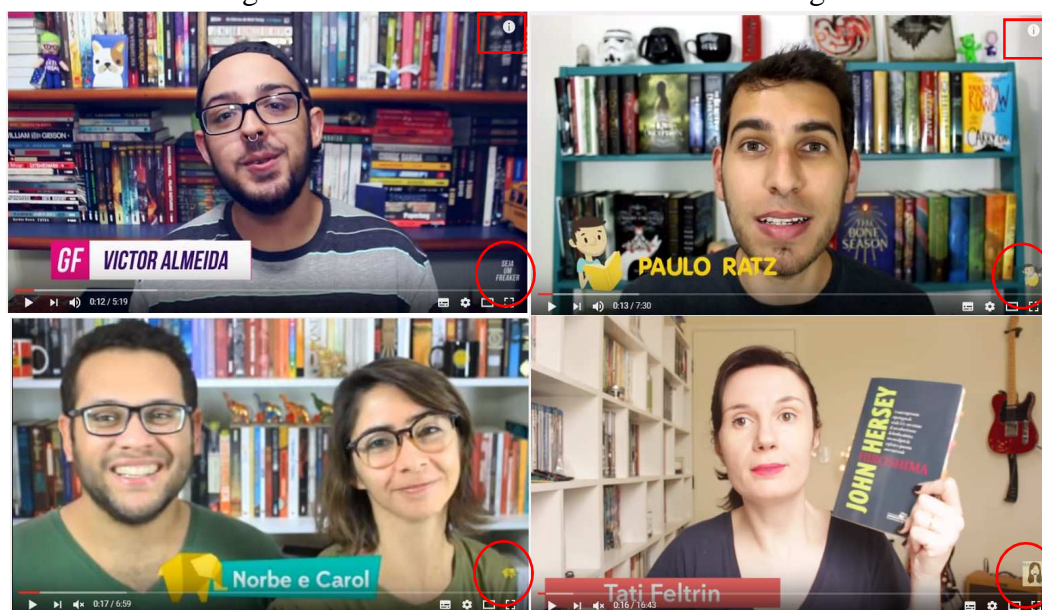


Fonte: YouTube.

Figura 23 – Arte dos canais Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto | Perdido nos Livros, Geek Freak, Mel Ferraz Literature-se, e Nuvem Literária.



Fonte: YouTube.

Figura 24 – Nome dos *booktubers* e marca d'água.

Fonte: YouTube.

Figura 25 – Cards e playlist.

Fonte: <https://youtu.be/ty92XgAiSnI>.

Figura 26 – Miniaturas de Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto e Victor Almeida.



Fonte: YouTube.

Eduardo Cildo declara que gasta cerca de 4 horas dedicando-se à gravação, edição e compartilhamento de um vídeo. Assim como Tatiana, prefere gravar quando está sozinho no cenário, ou seja, sem outras pessoas observando enquanto o *booktuber* fala com a câmera. Victor Almeida, por sua vez, não revela detalhes sobre sua rotina de gravação. Relata, contudo, que não possui uma noção exata de tudo o que comenta nos seus vídeos. Ele fala para a câmera sozinho em seu quarto, mas depois esse vídeo é assistido por mais de 10 mil pessoas. Logo, constata: “*se eu falar merda eu tô lascado*”.

Os seguidores de alguns *booktubers* são denominados a partir de um “apelido” relacionado geralmente ao nome do canal. Por exemplo, Victor Almeida denomina seus seguidores do YouTube como *freakers*, os seguidores de Renato (canal *Cabeça de Tinta*) são denominados *cabeçudos*, de Pam Gonçalves são denominados de *pandas*, de Bel Rodrigues são denominados de *beldades*, de Klebio (canal *Mundo Paralelo*) são denominados *gnomos*. Esta é uma prática observada, também, em canais do YouTube em outros segmentos. Os seguidores da *youtuber* Kéfera se intitulam como *Kelovers*, por exemplo. Nomear um determinado grupo com um gosto em comum é uma prática que se perpetua em outros campos, como o musical. Os fãs das cantoras Kesha são os *animals*, os de Selena Gomez são os *Selenators*, os de Lady Gaga são os *Little monsters* e os de Demi Lovato são os *lovaticcs*. Há nomeação também entre fandoms relacionados à cultura literária como os *Potterheads*, fãs da saga Harry Potter. Contudo, no *booktube*, são os próprios *booktubers* os que criam e propagam esta nomeação, sendo amplamente assimilada por seus seguidores conforme podemos observar nos comentários dos vídeos.

Enfim, ao apresentar como os *booktubers* utilizam e usufruem dos recursos ofertados pela plataforma, mostro como estes são, de fato, letrados em YouTube. Entendem o conjunto de tecnologias que formam seu sistema, assim como seu papel enquanto rede social. Possuem competências culturais e tecnológicas específicas para se comunicar, produzir e inovar; competências estas que, de forma geral, constituem-se e desenvolvem-se coletivamente. Além deste domínio em relação ao YouTube, há um letramento no campo audiovisual – ao discernirem sobre gravação, áudio, iluminação e edição –, no campo das redes sociais – ao saberem utilizar cada plataforma de modo particular e em conjunto –, assim como a aquisição de um conhecimento literário que é construído paulatinamente pela comunidade.

6.2 Experiências e práticas de leitura, o livro enquanto bem e enquanto mercadoria

Entre os *booktubers* observados, constatei o uso de expressões como *apaixonado por livros*, *apaixonado por literatura*, *livromaníaca*, *fanático por livros*, *leitor apaixonado*, *louco por livros* ou *bookaholic* que demonstram uma relação afetiva com o mundo literário. Expressões como *vício*, *amor*, *amo ler*, *apaixonado(a)*, *paixão* são constantes nas descrições, atuando essencialmente como justificativas para a existência do canal e como conexão entre aquele que produz o vídeo e aquele que o assiste:

O canal de uma apaixonada por livros, assim como vocês. (Dy Colares).

Meu Nome é Patrícia Lima, tenho 23 anos e amo ler! Criei o canal para compartilhar esse amor com vc!! (Patrícia Lima).

[...] eu leio, eu amo, eu gravo um vídeo e posto. Você assiste, comenta, e a gente conversa um monte. Parece bom? (Mariana Gastal).

Sim, eu amo livros. Grandes, pequenos, adultos, infantis, clássicos ou não. Aqui eu leio, comento, a gente bate um papo e juntos descobrimos novas leituras. E aí, que tal? (Bruna Camargo | Papo de Estante).

Meu nome é Bruna Miranda e sou apaixonada por livros [...] (Bruna Miranda).

Todo o meu amor por livros descritos em um canal! (Geek Lady).

Canal dedicado especialmente a partilhar minha experiência de leitora apaixonada! (Denise Mercedes).

Canal dedicado aos apaixonados por livros. (Livros & Post it).

[...] eu AMOOO literatura. LIVROOOSS! Eles são aquilo que tornaram meus dias incríveis e minha vida agitada com tantas emoções. (Kabook TV).

Um canal de um bookaholic para bookaholics. (Na minha estante).

Estas expressões me remetem a Hennion (2007), que argumenta que a expressividade do gosto muitas vezes é verbalizada como um vício em drogas ilícitas e através de palavras dotadas de sexualidade. Expressões como *amo*, *apaixonado* ou *vício* são uma maneira de exprimir a capacidade que o objeto degustado tem de elevar o amador ao sublime; recorre-se, então, às palavras relacionadas à paixão e dependência química na tentativa de descrever o sentimento de prazer proporcionado pelo objeto, neste caso, pelos livros e pela leitura. Este sentimento, algumas vezes, é direcionado a tipos específicos de consumo e gêneros literários. Além dos canais dedicados à literatura infanto-juvenil, há outros que se dedicam – mas não se limitam – a um determinado gênero literário e/ou a uma determinada cultura relacionada à cultura literária.

Nas descrições dos canais, é notória a menção à cultura *geek/nerd* e à cultura *pop*, na qual estas atuam como dispositivos simbólicos, ofertando pistas da identidade do *booktuber*. Trechos como “*canal literário camuflado com cultura geek*”, “*um canal dedicado principalmente à literatura, mas traz também um pouco de cultura pop*”, “*aqui você encontra conteúdo nerd/geek variado*” e “*Conteúdo Geek feito especialmente para você*” demonstram tanto o tipo de conteúdo que o seguidor verá no canal quanto os elementos que compõem o *booktuber* e que, por consequência, também constituem pertencimento. Os *booktubers* revelam seu “eu” por meio de uma sucessão de características, apresentando-se essencialmente a partir de uma performance de gosto: “*ariana, Nerd, Geek, Livromaníaca, Amante de animais e de videogame, tudo isso sou meio que eu!*”.

Ao observar os gostos dos *booktuber* analisados, noto que **Tatiana Feltrin** se intitula “fãzona” de Edgar Allan Poe, Renato Russo, Arquivo X e Alfred Hitchcock. Acompanhando o conteúdo do seu canal durante os anos desta pesquisa, tornou-se notório o seu apreço pelo autor que leu quando tinha 11 anos. Sua predileção é marcada na pele, pois Tatiana tem tatuada nas suas costas a frase de Poe: “*Those who dream by day are cognizant of many things which escape those who dream only by night*”²⁷⁷. Para quem observa seu cenário, este apreço é revelado por diversos elementos, como gravuras, miniaturas e livros. Apesar de não conseguir eleger favoritos, declara que Poe é o autor que mais lhe toca, que mais lhe afeta.

Eduardo CILTO gosta essencialmente de fantasia, distopia e romances, mas alega que lê de tudo. Se declara um “*viciado em séries*” – em 2015 acompanhava mais de 30 séries de televisão diferentes – e um “*viciado em livros*”. Quando questionado sobre qual livro “*o converteu*” para a leitura, corrige a informação: “*eu acho que converter não é a palavra mais correta pra se usar, eu acho que é qual livro me viciou mais na leitura*”. Ao abordar o assunto, dramatiza uma cena inspirado no modelo de conversa desenvolvido no grupo de apoio *Alcoólicos Anônimos*, em que um dependente precisa falar sobre seu vício: como começou, quem ofereceu e como lida com a situação. Já que seu vício são os livros, intitula a cena como “*leitores anônimos: eles não querem a cura, querem apenas bons livros*”.

Seus autores preferidos são Lemony Snicket, Stephanie Perkins, Carlos Ruiz Zafón, Júlio Verne e John Green. Este é o único autor dentre seus favoritos que Eduardo teve a oportunidade de conhecer e entrevistar, a partir de uma promoção do programa *Fantástico*²⁷⁸.

²⁷⁷ “Aqueles que sonham de dia são conscientes de muitas coisas que escapam daqueles que sonham somente à noite”.

²⁷⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/6wVztVWiEe4>>. Acesso em: 17 out. 2016.

O *booktuber* produziu um vídeo²⁷⁹ sobre o processo da viagem até o momento da entrevista: “*eu vou entrevistar o John Green, eu vou conhecer o John Green, meu Deus, eu vou explodir de felicidade*”. Eduardo se mostrou nervoso e feliz em conhecer o autor, utilizando expressões como “*ainda não sei se é realidade*”, “*vou dormir e vou acordar pensando que foi um sonho*”.

Figura 27 – Eduardo Cilto conhece John Green no Rio de Janeiro.



Fonte: <https://youtu.be/0IltbEaTXJI>

Na entrevista, a repórter do *Fantástico* perguntou ao *booktuber* em que o John Green lhe inspirava. Em casa, finalizando seu vídeo, declara: “*o John Green me inspira por ser quem ele é, John Green me inspira por fazer as coisas que ele faz*”. Quando teve a oportunidade de fazer uma pergunta ao autor, Eduardo perguntou qual era a sua opinião sobre as pessoas que fazem vídeos sobre livros na internet, uma vez que o próprio John Green também é um *booktuber*²⁸⁰. Para John Green, os *booktubers* são importantes porque falam de forma crítica e inteligente sobre livros, encorajando outras pessoas a lerem, além de ser uma excelente maneira de descobrir novos títulos e construir “*comunidades de leitores*”.

John Green se mostra como um autor icônico, ídolo de um leitor que também é fã. É um dos autores mais lembrados na pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil* (PROLIVRO, 2016, online) e um fenômeno de vendas no mercado editorial, nacional e internacional. Uma resenha de um leitor no Skoob²⁸¹ faz referência a um trecho do seu livro *A Culpa é das estrelas* para expressar sua admiração:

²⁷⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/0IltbEaTXJI>>. Acesso em: 17 out. 2016.

²⁸⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/79MCLukoIWQ>>. Acesso em: 17 out. 2016.

²⁸¹ Disponível em: <<https://www.skoob.com.br/livro/resenhas/247555/edicao:277187>>. Acesso em: 17 out. 2016.

Se o senhor algum dia resolver escrever qualquer outra coisa, mesmo que não queira publicar eu adoraria ler. Para ser sincera, eu leria até a sua lista de compras de supermercado. (Hanzel, A culpa é das estrelas, p. 70).

Para ser sincera, eu leria até a lista de compras de supermercado do John Green. (Comentário de uma leitora no Skoob sobre o livro A culpa é das estrelas).

Os autores preferidos de **Victor Almeida** são Ernest Cline, John Boyne, Patrick Ness, James Dashner, Ryan Graudin e A. S. King, pelo menos por enquanto ele afirma. Seu gênero favorito era distopia – “*eu era o louco da distopia*”. Foi por meio de *Jogador número 1* (Ernest Cline) que Victor adentrou no universo deste gênero. Para o *booktuber*, Cline consegue desenvolver narrativas com elementos que ele, enquanto *geek*, aprecia. A premissa de *Jogador número 1*, por exemplo, é a cultura *gamer*. Todavia, relata que gosta de livros psicológicos e de realismo mágico, tais como os de A. S. King. Se diz adepto ao “*never say never*” (nunca diga nunca), logo, suas leituras não se limitam a um único gênero, até porque, segundo ele, nunca se sabe qual gênero literário o leitor pode vir a gostar. Também diz que tenta manter “*a cabeça aberta*” para fazer leituras novas. Contudo, não gosta de biografias e de livros técnicos.

Tatiana Feltrin, Victor Almeida e Eduardo Cilto, além de serem fãs de literatura, são fãs de determinados autores dentro deste contexto. Autores estes com os quais os *booktubers* se identificam, construindo uma relação de afeto e proximidade. Ao falarem sobre suas obras, compartilham com os seguidores seus gostos mais potentes. Ao compartilharem impressões sobre seus personagens, ressignificam seus textos, lendo-os textual e intertextualmente, criando significados a partir disso. Conversando sobre os autores no YouTube, transformam sua leitura em um processo social, moldando e reforçando interpretações pessoais, discutindo constantemente com outros leitores sobre seus significados, potencializando sua experiência de leitura e a sua relação com o texto.

É necessário notar, ainda, a identificação de Victor Almeida com a cultura *geek* e a cultura *pop*. O termo *geek* nomeia o seu canal, permeando amplamente os gostos do *booktuber*. Como um “legítimo *geek*”, Victor produziu um minifilme²⁸² em homenagem ao *Dia da Toalha*, dramatizando um trecho da obra de Douglas Adams (2010). Com Victor é perceptível que o *geek* aprecia um conjunto de objetos que incluem miniaturas colecionáveis, seriados de televisão, histórias em quadrinhos, roupas e acessórios temáticos, além de determinadas obras que são consideradas literatura *geek*, tal como *Jogador número 1*. Victor utiliza desta combinação de artefatos culturais, compondo um conjunto de textos e narrativas, lendo-as

²⁸² Disponível em: <<https://youtu.be/nuFahFPjUUM>>. Acesso em: 17 out. 2016.

textualmente e intertextualmente. Ressalto que, ao contrário da imagem que era atrelada ao *geek/nerd* do passado, o *booktuber* tanto não é um leitor isolado, quanto também utiliza o próprio gosto pela cultura *geek* para expandir seu círculo de convívio e fortalecer laços.

A expressão do gosto dos *booktubers* está presente em todos os vídeos analisados. Mas tornou-se o eixo central de uma categoria de análise. Ao atentar-me especificamente aos vídeos da categoria **Gosto**, compreendo que sua função é refletir sobre o objeto degustado. Os *booktubers*, ao disporem de um repertório de objetos, chegam à reflexividade por meio das conversas em vídeo. Nesta categoria, refletem e compartilham aquilo que gostam e aquilo que não gostam. Ponderam sobre o porquê destes sentimentos e sobre o que o livro e a leitura lhe proporcionam. Realizam uma autocrítica, organizando o gosto em temas ou categorias – melhores livros de terror, melhores leituras do ano, livros que surpreenderam, livros com capas bonitas, etc ... Hennion (2007, 2011) lembra que a reflexividade é a noção chave da performance de gosto. Nesta categoria de vídeo, é possível perceber de forma mais clara como o *booktuber* reflete sobre o que gosta; como ele se percebe gostando.

Os *booktubers* elegem um conjunto de objetos favoritos, com dificuldades em escolher apenas um, pois o objeto de amor é um conjunto. O *booktuber* não gosta apenas de ler, ele gosta da leitura em páginas amarelas, de marcadores de página com franjinha ou camafeu, de capas de pano para livros, de personagens com os quais conseguem se importar, se conectar, de narrativas fluidas, de histórias que lhe afetem, lhe proporcionem emoções, de textos que lhe façam pensar ou lhe divirtam, das bonitas edições em capa dura, de coleções completas e homogêneas, de cheiro de livro novo, de estante organizada e bonita, do passeio pelas livrarias, de miniaturas colecionáveis, de personagens preferidos, de promoções de livros, do carteiro chegando com as encomendas, de conversar com pessoas que leram a mesma obra, de determinados gêneros literários, de autores específicos, dos sentimentos e experiências que a leitura e a relação com a cultura material proporcionam. A reflexividade é uma forma de se situar nesse conjunto, de se conhecer e de permitir que o outro também o conheça.

Quando refletem sobre aquilo que gostam, os *booktubers* também partilham conosco suas **experiências de leitura**. Neste sentido, **Tatiana Feltrin** relata que se tornou leitora muito nova. Aos 4 anos já sabia ler, mas antes de aprender a decifrar as palavras, já mantinha contato com estas através de seus pais, que lhe contavam as histórias contidas nos livros e gibis. Foi com as histórias da *Turma da Mônica* que começou a aprender a ler. Ainda guarda alguns volumes da época em que foi alfabetizada, mostrando com afeto as páginas que lhe proporcionaram as primeiras histórias. Quando tinha 9 anos surgiu o *Almanacão de férias da*

*Turma da Mônica*²⁸³ que, para ela, era a melhor parte das férias escolares. Tatiana também guarda as edições especiais publicadas sobre a *Turma da Mônica* que ganhara quando criança.

Depois das histórias de Maurício de Sousa, passou a ler as fábulas da Disney; ainda guarda dois volumes da coleção *Uma história por dia*, desejando completá-la. Posteriormente, lembra de ter lido *A Vaca voadora* (Edy Lima), os livros da Lygia Bojunga – o seu preferido é *O sofá estampado* –, os livros das coleções *Vagalume*, *Para gostar de ler* e os de Pedro Bandeira. Segundo seu relato, suas irmãs e sua mãe sempre foram grandes leitoras, a casa vivia cheia de livros. Como as irmãs de Tatiana são mais velhas que ela, começou a ler tudo o que as irmãs liam, mesmo que ainda não discernisse exatamente sobre aquilo que lia. Quando pequena começou a ler livros espíritas porque acreditava que iria “sentir medo”. Como tal fato não aconteceu, passou a ler escondido os livros das irmãs sobre histórias sobrenaturais.

Por volta dos 11 anos de idade, começou a frequentar a biblioteca do bairro, primeiro acompanhada de uma de suas irmãs e posteriormente sozinha. Foi nesta fase que conheceu os livros de Edgar Allan Poe e leu todas as obras do autor que constavam no acervo. Quando esgotou sua prateleira, começou a ler Stephen King, lendo todos os doze livros que a biblioteca possuía. Passou, então, para os livros da Anne Rice, mas quando chegou ao quinto livro da autora decidiu que já era o momento de mudar de prateleira. Foi assim que acabou desenvolvendo o hábito de “esgotar um autor”. Quando gostava da narrativa, lia tudo o que estava à disposição.

Em casa circulavam livros do Paulo Coelho, um autor que Tatiana leu muito e gostava. Ainda com 11 anos leu *As Brumas de Avalon* (Marion Zimmer Bradley), uma história que se tornou uma de suas preferidas “da vida”. Aos 12 anos leu *Crime e Castigo* porque a família havia lido e conversava sobre a história. Lembra de ter devorado a obra de Dostoiévski, mesmo que não tivesse entendido muita coisa. Nesta época também leu *Cem anos de solidão* e em seguida todos os livros de Gabriel Garcia Marquez que havia na biblioteca que frequentava. Na adolescência leu *O Mundo de Sofia* (Jostein Gaarder), *A dança do universo* (Marcelo Gleiser), *E o vento levou* (Margaret Mitchell); conheceu Clarisse Lispector, Oscar Wilde, J. R. R. Tolkien, Márcia Frazão, James Joyce, Bridget Jones, entre tantos outros.

Eduardo Cilto também relata que iniciou suas experiências de leitura a partir do manuseio de gibis, mesmo que ainda não conseguisse decifrar aquilo que observava nos balões de fala de cada quadrinho. Na pré-escola, lembra que pediu aos pais uma “maleta” composta por livros de contos de fadas após um vendedor oferecê-la para a sua turma. Foi com esses

²⁸³ O *Almanacão* era produzido em tamanho maior que os gibis tradicionais, contemplava mais histórias, além de conter atividades para completar e desenhos para colorir.

livros que Eduardo começou a “*ler muito*”. Na 3ª e 4ª, para não ficar na aula, participou de um clube do livro promovido por sua escola, no qual uma professora escolhia os livros que seriam lidos e debatidos pelos alunos. Com 9 anos de idade, Eduardo leu Shakespeare – apesar de saber que não entendia muito bem aquilo que lia. Foi nessa época que sua família percebeu seu interesse pelos livros, incentivando-o a ler cada vez mais. Ao invés de presenteá-lo com brinquedos, compravam aquilo que o *booktuber* solicitava: livros.

Contudo, diz que adquiriu de fato o hábito da leitura quando ganhou de presente o livro *Harry Potter e o enigma do Príncipe*. Posteriormente, a cada aniversário pedia um volume da saga de presente para a sua avó. Depois de *Harry Potter*, leu *Marley e Eu* (John Grogan), *As Crônicas de Nárnia* (Clive Staples Lewis), *Percy Jackson e os Olimpianos* (Rick Riordan) e a saga *Crepúsculo* (Stephenie Meyer). Nesse meio tempo, os gibis não foram abandonados. Os personagens de Maurício de Sousa cresceram, e Eduardo tornou-se “*obcecado*” por *Turma da Mônica Jovem*. Segundo ele, foi “*amor à primeira vista*”, fato que o levou a produzir um blog exclusivamente sobre a história. Contudo, os gibis ficaram de lado quando começou o *Perdido nos Livros*, pois passou a ler e se interessar por outro tipo de narrativa. Há pouco tempo, Eduardo comentou que estava com saudades de *Turma da Mônica Jovem* no Twitter; seus seguidores lhe contaram que as novas histórias estavam “*sensacionais*” e que era para ele dar “*mais uma chance*”. Comenta que comprou três volumes da série *Umbra*: “*eu li e eu amei, me surpreendi muito com a qualidade que as revistinhas estão hoje em dia; o roteiro, os traços, tudo tá muito bem feito*”.

Victor Almeida fez uma linha do tempo, contando sua história como leitor através dos livros que marcaram sua vida. *Meu pé de laranja lima* (José Mauro de Vasconcelos) é um dos primeiros livros dos quais lembra de ter lido na infância. Tem recordações de ter amado o livro, de “*chorar horrores com o final, de ficar entretido nessa história*”. Conta que leu o livro diversas vezes quando era pequeno e que este foi o primeiro livro que sua mãe disse: “*ó, lê isso daqui*”. A segunda leitura que lhe marcou foi os livros da saga *Harry Potter*. Começou sua leitura após assistir os três primeiros filmes, “*viciou*” todos ao seu redor, vivendo durante muitos anos este universo. Adquiria tudo o que podia sobre a saga, pedia para a sua avó fazer varinhas de madeira. Declara que sente saudade “*daquela sensação de ler Harry Potter pela primeira vez*”. Victor Almeida não só leu *Harry Potter* diversas vezes, como também possui quatro versões do seu box completo, incluindo edições britânicas e americanas.

Caminhos da Lei (John Grisham) marcou Victor não pelo teor da obra, mas porque foi um dos primeiros livros que adquiriu quando decidiu montar sua estante e ficar “*viciado em livros*”. *Jogador número 1* (Ernest Cline) apresentou ao *booktuber* o gênero distópico, que

durante muito tempo foi seu gênero literário favorito. Conta que alguns seguidores comentaram em seus vídeos antigos que ele lia somente distopias: “*ai, esse garoto só fala de distopia. Eu era assim, desculpa. O meu gosto era esse*”. Quando Victor concluiu a trilogia *Jogos Vorazes*, ao finalizar a leitura de *A esperança* (Suzanne Collins), a “*ficha não caiu*”. Após uma semana, ele estava “*em lágrimas, no chão, jogado*” porque a história lhe deixou muito feliz e muito triste. Ficou tão impactado com a leitura que chegou a sonhar com ela: “*pra vocês terem uma noção, eu tive até sonhos com esse livro gente, então, o negócio foi tenso*”. A leitura de *Os 13 porquês* (Jay Asher) foi realizada na época do Natal, por isso tem lembranças de ler e estar “*simplesmente feliz*”. Toda vez que lembra do título do livro, lembra da sensação de felicidade que acompanhava a leitura.

O circo da noite (Erin Morgenstern) foi o primeiro livro que o “*sugou*” para dentro do universo da história, proporcionando-lhe experiências e sensações jamais vivenciadas por ele através da literatura: “*sabe quando você consegue sentir que você tá lá dentro, você consegue sentir o cheiro, você consegue se imergir nesse ambiente. Eu não sei explicar*”. *Garota Exemplar* (Gillian Flynn) o estimulou a ler mais livros de thriller policial, um gênero que tem despertado seu interesse. *Reality boy*, além de ser o primeiro livro da A. S. King lido pelo *booktuber*, foi a leitura que o levou até o gênero YA²⁸⁴, que diz tratar-se de livros que o deixaram “*num humor, num clima muito bacana*”. A obra *Onde a lua não está* (Nathan Filer) marcou-o por conta da temática, por ser o livro “*mais pesado*” que leu: “*esse aqui me fez sentir uma angústia por dentro*”.

A Guerra (Patrick Ness) foi uma leitura marcante porque finalizou uma das trilogias favoritas do *booktuber* – *Mundo em caos*. Victor relata: “*chorei horrores, acho que foi o único livro que eu li e assim, cheguei na parte que é pra gente chorar, eu fechei e fiquei assim chorando, debruçado no livro*”. Depois da obra de Erin Morgenstern, foi *A cidade murada* (Ryan Graudin) que conseguiu fazer com que Victor adentrasse em um universo literário de forma intensa. Foi uma leitura que lhe “*tocou muito*”. Argumenta: “*é um livro que eu nunca superei o quão bom ele foi*”. Com a leitura de *O sol é para todos* (Harper Lee) se aproximou dos clássicos, de leituras que não estava acostumado a realizar, saindo da sua zona de conforto. A partir desta, percebeu que um livro não precisa estar repleto de ação para cativá-lo. Ainda, relata que a obra de Harper Lee lhe “*abriu a cabeça*” para assuntos mais sérios.

Os dois mundos de Astrid Jones (A. S. King) foi um livro que o afetou profundamente: “*esse aqui me acabou, me despedaçou, me destruiu, me jogou no chão e pisou*”. Conta que o

²⁸⁴ Gênero literário explicado no Quadro 1 desta Tese.

conteúdo do livro não é “*tão fabuloso*”, mas a sua leitura foi realizada no momento certo: “*eu acho que foi o livro que eu li na época certa da minha vida, que significou muito pelo que eu estava passando naquela época. Por isso ele me marcou, por isso eu gosto tanto*”. Por fim, a graphic novel *Daytripper* (Fábio Moon e Gabriel Bá) foi sua leitura marcante mais recente – “*ai meu Deus do céu o que é esse negócio aqui?*” –, mostrou-lhe que é preciso reconhecer que um dia iremos morrer e que, por isso, é preciso aproveitar mais a vida: “*eu fiquei chorando rios e oceanos por horas*”.

Apesar de ter iniciado suas experiências de leitura ainda quando criança, relata que começou a ler intensamente apenas em abril de 2013, período em que começou a fazer vídeos para o YouTube sobre o universo literário em um extinto canal denominado *Olhos de Ressaca*. Dentre as leituras que almeja fazer antes de morrer incluem-se *Orgulho e Preconceito* (Jane Austen), *A Resposta* (Kathryn Stockett) e a trilogia *O Senhor dos Anéis* (J. R. R. Tolkien). Acredita que a obra de Jane Austen lhe incentivará a ler “*mais clássicos*” e que é uma questão de honra, para ele enquanto *geek*, ler a obra de Tolkien.

Os relatos das experiências de leitura realizados pelos *booktubers* em seus vídeos me permitiram ver que as histórias e os autores ficaram como marcas de suas memórias. Ao recordar dos livros que leram, eles lembram da sua própria história. Quando pegam um livro na mão, também acessam as emoções que aquela leitura proporcionou. Suas narrativas biográficas são formadas, também, pelos livros lidos em determinado momento de suas vidas. Ao falar sobre cada leitura, recordam-se da época em que a realizaram, revivendo as experiências e os sentimentos vividos no passado. Seus livros são lembranças. O exemplar dos clássicos da Disney de Tatiana, por exemplo, não é apenas um objeto; é um fragmento de sua infância; a cultura material a leva à imaterialidade, a um tempo de vida que é rememorado a partir do objeto.

A narrativa biográfica contada através das experiências de leitura dos *booktubers* revela como a leitura é uma relação íntima tanto com a memória quanto com o corpo que degusta. Segundo Hennion (2011), o corpo é o suporte das nossas sensações, é através dele que entramos em contato com o objeto degustado. É por meio do corpo que os *booktubers* degustam o livro e a leitura, ao passo que o corpo também é afetado durante esta relação. Nos relatos, percebo que a leitura os encaminha ao choro, à angústia, ao abraço, ao riso, à felicidade, às lembranças de outros tempos e também ao pensamento crítico, à descoberta de si e do outro.

A leitura também é experienciada através dos sentidos. Tal como mencionado por Zumthor (2014), o corpo do leitor reage ao objeto. Quando chora, é o livro que Victor abraça. Quando se agrada, é o livro que Eduardo beija. Tatiana vomitou quando leu *A Paixão Segundo*

GH (Clarice Lispector). As reações durante a leitura revelam como esta é um conjunto de disposições fisiológicas e psíquicas; a própria leitura é uma performance na qual aquilo que o texto produz no leitor está profundamente atrelado a um conjunto de “percepções sensoriais”, gerando prazer. Na concepção de Iser (1999), o prazer foi alcançado graças à produtividade do leitor, através do seu envolvimento que transcende ao texto. Por vezes, os livros afetam os *booktubers* não somente pelas sensações que proporcionam, mas pelo momento em que a leitura foi realizada. Isso porque as sensações mudam conforme os anos passam, e a leitura gera determinadas impressões em cada etapa de nossa trajetória, sendo um acesso a fragmentos do nosso passado.

Ao relatarem suas experiências de leitura, os *booktubers* também se apresentam enquanto detentores de capital cultural. Mostram-se como leitores profundamente imbricados no universo da literatura, dispendo de saberes e relações com a cultura literária. Ao construir uma narrativa sobre este percurso, também legitimam sua fala, sua opinião e sua posição dentro da comunidade. É notório também que os *booktubers* valorizam mais a experiência e os sentimentos que uma obra lhe proporcionou do que a qualidade estética desta. Independentemente de ser a leitura de um clássico ou um *best-seller*, os livros adquirem relevância para esses leitores através da afetividade, se os afetou e os possibilitou transcender ao texto.

Além de experiências particulares, há também as **experiências partilhadas**. Victor Almeida, Tatiana Feltrin, Mayra (canal *All About That Book*) e Maria Angélica (canal *Vamos ler*) conversaram juntos sobre como a expectativa relacionada a um livro influencia na sua experiência de leitura. Essa expectativa pode estar ligada a três circunstâncias: por se tratar de um livro clássico, por se tratar de um livro *hypado* ou por se tratar de um livro cujo o qual um ou vários amigos gostaram muito. Tatiana cita um estigma que os livros clássicos carregam: leituras obrigatórias durante o período escolar. Maria Angélica lembra que os clássicos são compostos por uma linguagem “*diferente, antiga*”, o que pode atrapalhar o processo de leitura de quem não tem familiaridade com este tipo de narrativa. Mas, apesar disso, há uma pressão sobre o leitor para que ele goste deste tipo de literatura. Tal como afirma Mayra, em tom de ironia: “*todo os tempos, gerações falando desse livro, aí eu sou imbecil porque não entendi o livro. Não é possível, tem alguma coisa errada comigo que não gostei do livro. [...] Eu entro com muita expectativa em clássicos*”.

Os livros *hypados* são aqueles que “estão bombando”, sendo muito comentados na comunidade e entre os leitores de forma geral. Em meados dos anos 2009-2010, por exemplo,

o livro que estava na *hype* no exterior²⁸⁵ era *Cinquenta tons de cinza* (E L James). Maria Angélica comenta que lia muito romances; acompanhando o *site* da Amazon nos Estados Unidos, percebeu que havia um livro “*bombando, número 1, tipo assim, cara lê esse livro*”. Era a versão original da obra de E L James – *Fifty Shades Of Grey*. Este exemplo revela que a *hype* não está atrelada, obrigatoriamente, à qualidade estética das obras, visto que a maioria dos leitores da comunidade *booktube* consideram esta obra “*mal escrita*”.

Apesar disso, livros *hypados* geram expectativas nos leitores porque transmitem a impressão de que fazem jus à fama. Segundo Maria Angélica, um livro assim a leva a pensar que sua leitura “*deve ser incrível, deve ser demais*”. A *hype* também varia de acordo com o local, pois há livros que se tornaram um sucesso no exterior, mas que não agradaram os leitores brasileiros, como a obra *Estação Onze* (Emily St. John Mandel), segundo Victor. Varia também conforme o esforço de *marketing* desenvolvido pela editora e a partir da repercussão e avaliação dentro da comunidade *booktube*, que cada vez mais sofre interferência do mercado editorial através das parcerias com editoras.

Algumas vezes, a editora peca ao tentar colocar um livro na *hype*. Dentre os principais equívocos estão: produzir capas semelhantes para relacionar obras diversas e realizar comparações entre livros, geralmente expostos nos *blurbs* da capa. Comparações de obras geram expectativas nos leitores de que a experiência de leitura será semelhante, o que nem sempre procede. Entre as comparações destacadas pelos quatro *booktubers* estão *A garota no trem* (Paula Hawkins) e *Garota Exemplar* (Gillian Flynn); *A culpa é das estrelas* (John Green) com qualquer livro que trata sobre adolescentes doentes e, até mesmo, misturas de livros – “*Fúria Vermelha, ‘uma mistura de Jogos Vorazes com Game of Thrones’, agora tudo é Game of Thrones, não sei onde tem isso no livro, não achei nada. [...] O livro é bom, não precisa disso pra vender, não precisa enganar o público*”.

Outras vezes, a editora constrói uma imagem para o livro que “*não tem nada a ver*”, destaca Maria Angélica. Tatiana exemplifica a questão com o livro *Vá, coloque um vigia*, vendido como a continuação de *O sol é para todos* (Harper Lee). Ao ler o livro, com um “*pé atrás*”, Tatiana percebeu que não se tratava de uma continuação; além disso, o livro começou a ser divulgado quando a tutela das obras da autora passou para a mão de sua advogada, logo após o falecimento da irmã que cuidava dos seus direitos autorais. Ao que tudo indica, o livro é o resultado “*de um apanhado de coisas*” escritas pela autora há mais de 50 anos. Por fatores como estes, Tatiana declara que foge da *hype* sempre que pode.

²⁸⁵ No Brasil, o livro entrou na *hype* entre os anos 2010 e 2011.

Contudo, é a opinião dos amigos o fator que mais influencia as expectativas em relação à leitura para os *booktubers*. Segundo Maria Angélica, “quando pessoas que você gosta leram o livro e gostaram e aí você vai ler, é impossível aquela tua expectativa não afetar tua experiência de leitura”. Isto pode repercutir de forma negativa quando o leitor se sente pressionado a gostar de determinadas obras, conforme observamos na declaração de Victor: “eu tenho que gostar desse livro, esse livro vai ser maravilhoso”. Vitor Martins relata que a leitura de livros que os amigos gostam já inicia com pressão: “meu Deus, eu tenho que gostar desse livro porque todo mundo ama”²⁸⁶.

Aqui entendo que o gosto é construído coletiva e individualmente. Apesar de as relações de amizade observadas na comunidade terem surgido a partir do gosto pela leitura, isso não significa que os laços sejam mais fortes entre aqueles que gostam das mesmas obras, isso porque a empatia entre os *booktubers* é crucial neste processo. Tatiana Feltrin e Patrícia Pirota, por exemplo, gostaram da leitura de Dom Quixote; já Juliana Gervason não. Este aspecto também é percebido entre Victor Almeida e Vitor Martins, pois estes se conheceram através do *booktube*, compartilham o gosto pela leitura, criaram laços de amizade, mas nem sempre concordam com suas opiniões sobre os livros que leram. Victor Almeida indicou a trilogia *Mundo em caos* (Patrick Ness) para Vitor Martins, mas este não gostou: “ele me indicou muito, ele gosta muito dessa série e eu Urgh!”. Este, por sua vez, indicou a obra *Selva de gafanhotos* (Andrew Smith), mas Victor Almeida não gostou. Vitor Martins relata: “eu ainda tenho a decência de terminar o livro e falar ‘olha Victor, eu não gostei’. Ele não, ele abandona, eu indico os livros e ele abandona (risos)”²⁸⁷.

Percebo, a partir disso, que a imagem atrelada à determinada obra pelas instâncias de legitimação através dos clássicos e pelo empenho do mercado editorial através de estratégias de *marketing* interfere menos na percepção dos *booktubers* acerca das obras do que a opinião dos integrantes de seu círculo de amizade. Este contexto me remete às palavras de Hennion (2011), ao ressaltar que o gosto precisa do outro para se basear, para contrastar. Apreendendo a comunidade *booktube* enquanto um coletivo de amadores, compreendo que o gosto não se revela sozinho, uma vez que os amadores se apoiam nas sensibilidades do outro, um outro que é seu par; sendo que, neste caso, alguns amadores mais experientes tornam-se parâmetros para os amadores iniciantes, orientando-os na degustação. Uma orientação que se revela, também, como uma das características da cultura da participação, segundo Jenkins (2009a).

²⁸⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/N9g10zZwp50>>. Acesso em: 30 set. 2016.

²⁸⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/LxXEVklxI9Q>>. Acesso em: 30 set. 2016.

Outra experiência de leitura compartilhada tanto por Tatiana Feltrin e Victor Almeida quanto por outros *booktubers* é a ressaca literária. Tatiana enfrentou sua primeira ressaca literária em agosto de 2015, após ler *Sagarana* (Guimarães Rosa). Para a *booktuber*, essa leitura foi complicada. Considerou o livro sensacional, mas precisou ler algumas partes mais de uma vez para assimilar seu conteúdo. Depois desta, pensou: “*caramba! E agora José?*”, refletindo se, de fato, havia conseguido “*entender*” a obra. Após essa leitura, Tatiana ficou dois dias sem ler quase nada, algo incomum em sua rotina de leitura. Victor ficou de ressaca literária após a leitura de *Clube da Luta* (Chuck Palahniuk) e *Psicose* (Robert Bloch), entre outras obras. Alguns seguidores comentaram que estes são seus livros favoritos e que foram “devorados”. Um dos comentários mostra uma certa consternação com as afirmações do *booktuber*: “*não sei como ele ficou com ressaca lendo Clube da Luta*”.

Maurício (canal *MeulivroeEu*) explica que a ressaca literária nada mais é do que “*a incapacidade de começar uma nova leitura depois de ter passado por um livro muito marcante, sendo esse ‘marcante’ uma coisa muito boa ou uma coisa muito ruim*”. Neste viés, Karine Leôncio (canal *Kabook TV*) conta que a ressaca literária acontece por diversos motivos, que podem ser semelhantes ou não entre os leitores. Geralmente, ela surge após uma “*experiência intensa*” de leitura. Ou seja, o leitor pode ficar de ressaca de modo negativo quando encadeia uma sucessão de leituras ruins, o que acaba cansando-o, ou quando cria uma grande expectativa em relação a um livro que acaba tornando-se uma frustração.

De forma positiva, quando termina de ler um livro que se tornou uma de suas leituras favoritas, “*pois quando você favorita um livro é muito difícil você começar um outro livro porque você vai tentar buscar aquelas experiências maravilhosas que você teve com a leitura anterior e aí quando você não encontra, você começa a ficar receoso durante a leitura*”, constata Karine. Outras vezes, o leitor não lê outro livro após uma leitura “*muito boa*” porque não quer – ou não consegue – se desconectar do universo da última leitura. Paola Aleksandra conta que passou por esse tipo de ressaca literária após ler *Crepúsculo* (Stephenie Meyer). A *booktuber* declara:

[...] *Esse livro é muito especial, foi a primeira vez que eu senti o poder que um livro tem, que eu realmente consegui vivenciar todas as emoções descritas pela autora [...]* Quando eu terminei ele eu tenho assim na minha memória certinha que eu não queria fazer mais nada da minha vida. Eu tinha prova no outro dia e eu não conseguia pensar na prova, me concentrar pra estudar ou mais nada. Eu só queria retornar pra esse universo. [...] *Eu fiquei me arrastando por uma semana até ler outra coisa, e essa outra coisa foi o segundo volume da série [...]*.

Outro livro que deixou Paola de ressaca literária foi *Proibido* (Tabitha Suzuma). Ao terminar essa leitura, indagava-se “*e agora? O que que eu vou fazer da minha vida?*”. A ressaca literária também pode surgir após uma grande quantidade de leituras consecutivas. Neste último caso, algumas ressacas surgem após maratonas literárias, como declara Victor Almeida, que passou por esse processo durante a leitura de *Convergente* (Veronica Roth) em uma maratona 24 horas: “*eu caguei com a minha vida naquela maratona*”. Essa grande quantidade de leitura também pode estar relacionada com as parcerias entre os *booktubers* e as editoras, tal como a atual ressaca de Maurício e da *booktuber* Sibelle Lobo. Maurício conta que, entre os meses de fevereiro a abril de 2015, leu cerca de 12 livros por mês; contudo, em maio “*a ressaca chegou e disse: oi querido, estou aqui*”. Em um comentário no vídeo de Victor Almeida, a *booktuber* Sibelle Lobo declara:

Fiquei com muita ressaca por causa das parcerias, tendo que ler as coisas por pressão pra fazer resenha sabe? Agora to com um monte de livro aqui em casa e nem sei qual ler kkkk to desesperada porque não leio nada desde fevereiro, mas to me sentindo bem mais livre pra escolher o livro que eu quiser pelo menos kkk.

Juliana (canal *JotaPluftz*) conta que dois fatores a deixam de ressaca: livros que “piram” – “*um livro que me pira, assim, pira, me deixa louca, o cérebro explode e gruda no teto e eu fico ‘ah meu Deus, o que foi isso?’*” – e momentos instáveis da sua vida pessoal – “*um momento da minha vida onde tudo é alterado e eu tenho que reestabelecer uma nova rotina, e aí eu fico meio maluca, tudo fica de ponta cabeça e até eu conseguir me ajeitar na vida nada acontece. De verdade*”. Em julho de 2015, terminou de ler *Fahrenheit 451* (Ray Bradbury) e aí “*pirou*”. No mesmo mês, mudou de emprego. Logo, entrou em uma ressaca literária e não leu mais nada durante esse mês.

A experiência da ressaca literária se configura como um momento de fadiga ou um momento posterior a experiências literárias, alternando entre os extremos do bom e do ruim. Ela surge essencialmente após momentos intensos, seja em relação à qualidade das leituras ou à quantidade. A ressaca literária dificulta a passagem para outra obra, atrapalhando a rotina de leitura do leitor. Pode durar dias, semanas, meses e até anos. Quando os livros que a provocam são “favoritados” ou impactantes, os leitores ficam com uma sensação de vazio, relatado através de expressões como: “*o que vou fazer da minha vida? E agora José? Meu Deus, o que foi isso?*”. Assim, pensam que dificilmente outro livro suprirá essa ausência, até encontrarem outra leitura tão boa quanto a última, ou um livro que não exija muito do leitor, inserindo-o novamente e paulatinamente em seu fluxo de leitura habitual.

Os *booktubers*, como frequentemente enfrentam ressacas literárias, compartilham algumas dicas e sugestões para conseguir sair de uma. A primeira dica é não forçar a leitura. Utilizando como metáfora um alimento indigesto, Juliana explica que quando você está comendo algo e aquilo “*não está caindo muito bem*”, algumas vezes você continua comendo “*e engole tudo de uma vez*”, ao invés de parar. Isso vai associar o sabor do alimento a uma experiência traumática, “*e aí você nunca mais vai comer essa coisa na sua vida. É mais ou menos assim quando você tá de ressaca e quer forçar o livro goela abaixo. Você vai ficar com um negócio assim em você e vai ligar ao livro*”. Nota que este é um dos principais fatores de traumas literários no ensino médio, ou seja, leituras que são “*enfriadas goela abaixo*”.

Para descobrir qual livro será melhor digerido em momentos de ressaca literária, Juliana contempla sua estante e se imagina lendo os livros que ainda não leu. Através dessa técnica, ela visualiza como será sua experiência de leitura lendo determinado livro, conhecendo a sua sinopse e, por vezes, manuseando a obra, lendo as orelhas e as primeiras páginas. Seu objetivo é descobrir o que seu “*cérebro quer degustar naquele momento*”. Se o livro agradar, segue lendo. Caso contrário, cessa a leitura. Durante esse processo, indaga-se: “*eu quero ler o que? Eu quero ler uma fantasia? Quero ler um livro steampunk? Quero ler uma Space Opera? Quero uma aventura? Quero um cara numa ilha aguardando a vingança?*”. Nesta reflexão, em algum momento “*o cérebro fala ‘é isso!’*”. E então Juliana sabe qual será sua próxima leitura. Alguns seguidores comentaram que também realizam esta reflexão, contemplando suas estantes para saber qual livro será lido.

Sua segunda dica é “*abusar da diversão*” pois, segundo Juliana, quem está de ressaca literária não deve ler Nietzsche ou Freud. Neste momento, acredita que o leitor deve ler algo divertido e relaxante. Sua escolha neste quesito é a leitura da série *As aventuras do caça-feitiço* (Joseph Delaney). A terceira dica é elaborar uma lista com coisas ou situações que despertem no leitor a vontade de ler novamente. Em sua lista, Juliana incluiu assistir a série *Gilmore Girls* porque lhe desperta a vontade de fazer duas coisas: ler e tomar café. Declara: “*depois que eu assisto meu cérebro fala: tem que ler, tem que ler, tem que ler*”. Também fornece algumas dicas “óbvias”: sempre andar acompanhado de um livro, assim, quando a vontade de ler surgir, o livro estará à disposição. Quando surge a vontade de ler, mas o livro foi esquecido, “*dá um sentimento de vazio [...], como se faltasse algo dentro de você. Aquele momento que você pensa: nossa, deveria ter trazido o livro que eu não trouxe*”. A segunda dica óbvia é a leitura de histórias em quadrinhos: “*depois de ler isso você vai ler Guerra e Paz*”.

A primeira dica de Karine Leôncio é o contato físico com os livros: “*toque nos seus livros, encare a sua estante, passe a mão nas lombadas*”. Segundo a *booktuber*, “*contato físico*

é uma coisa que funciona muito bem". O toque, o contato, a observação das lombadas, a leitura da orelha é algo que pode funcionar para reacender no leitor a vontade de ler; pode lembrar o leitor de um livro esquecido em algum lugar da estante e que pode ser a leitura ideal para aquele momento. Algumas vezes, as ressacas literárias são tão "*sinistras*" que acabam por afastar fisicamente o leitor da sua estante, onde evita-se o contato com os livros, mesmo que visual. Victor Almeida, de forma dramática, também relata esta ojeriza momentânea: "*esse livro aqui [O Clube da Luta] me deixou assim, não quero mais ler nada agora, sai, sumam com todos os livros da minha frente. Se eu entrar no meu quarto, eu vou tacar fogo nos meus livros*".

A segunda dica é o leitor saber qual o seu gênero literário favorito uma vez que, em momentos de ressaca, tais livros podem ser a solução. Como Karine Leôncio ama romance sobrenatural, é este gênero que ela procura em seus momentos de ressaca literária. A terceira dica é assistir aos vídeos dos *booktubers*: "*vê a quantidade de livros que eles leram, os títulos que eles leram mensalmente. Eu acho que isso funciona de uma maneira impressionante*". Essa dica foi citada diversas vezes pelos seguidores que comentaram os vídeos analisados. A quarta dica é ler um livro de uma série que o leitor já iniciou a leitura. Por já conhecer os personagens e já estar inserido, de certa forma, neste universo, o leitor retornará mais facilmente ao fluxo da narrativa. A última dica é desligar o computador para evitar a procrastinação. Para a *booktuber*, a internet é valiosa, mas a procrastinação é um problema: "*ficar rolando o feed do Facebook vendo vários nadas, dando F5 no Twitter toda hora e vendo vários nadas, quando você percebe você está em um site de notícia vendo vários nadas e aí [...] você, no final do dia, não fez nada*".

Maurício, por sua vez, oferece outras dicas complementares para sair da ressaca literária. Sua primeira dica é que o leitor respeite sua ressaca, não se cobre tanto para manter seu ritmo de leitura. Logo, esse não é um momento oportuno para traçar metas de leitura. A segunda dica é evitar começar trilógias e séries, pois ao perceber a quantidade de obras que terá pela frente, o leitor poderá desanimar. Outra dica é não consumir nada que tenha relação com a literatura nos momentos que a ressaca estiver mais intensa; ver filmes e séries, sair, passear, conversar com os amigos, evitando o contato com a cultura literária. O objetivo é ficar com saudade de ler, é chegar em casa, "*chegar em frente a sua estante [...] e ter aquele sentimento de: poxa, tô com vontade de ler um livro, tô com saudade de pegar um livro, cheirar aquele livro e começar a ler e devorar ele*".

Os seguidores que comentaram os vídeos analisados relatam que utilizam as técnicas sugeridas pelos *booktubers*, contando quais livros os deixaram de ressaca literária, quais os tiraram de uma e algumas dicas não comentadas nos vídeos, como a leitura de revistas, contos

e mangás, atualização do Skoob, reorganização das estantes de livros, jogos de RPG, ler livros repetidos que foram favoritados, ler livros com menos de 200 páginas e cheirar livro.

Em relação a **hábitos de leitura**, **Tatiana Feltrin** conta que seu período dedicado aos livros é basicamente o tempo em que utiliza o transporte público ao se dirigir ao trabalho e a retornar dele. Ela acredita que este tempo é o suficiente para ler 100 páginas, sua meta diária. Deste modo, lê cerca de 4 livros por semana. Quando não consegue cumprir sua meta, acumula as páginas que faltaram para o dia seguinte. Também utiliza os “*momentos de ócio imposto pela sociedade*”, como filas de banco, espera em consultórios, filas de supermercado, etc. Para aproveitar estes momentos, sempre tem um livro à mão. Geralmente separa quatro obras para serem lidas durante o mês, intercalando entre dois exemplares, um mais fino que pode ser levado em uma ecobag e outro maior, para ser lido em casa antes de dormir. Como observado por Manguel (1997), para cada lugar há um tipo de livro. Ela não se importa em ler livros do mesmo gênero concomitantemente, pois consegue discernir cada leitura separadamente. Sua atual mania é carimbar todos os seus livros com um carimbo personalizado com seu nome.

A *booktuber* não coloca o livro em sua bolsa, carrega-o em uma ecobag, protegido geralmente por uma capa de pano. Mesmo lendo primordialmente no transporte público, diz que não tem dificuldades para se concentrar durante a leitura: “*o mundo pode estar caindo que eu estou ali lendo, sem problemas*”. Quando há muito barulho, usa protetores auriculares. Quando o barulho é demasiado, utiliza protetores e fones de ouvidos. Algumas vezes, escuta músicas instrumentais durante a leitura. Mas se, ainda assim, a concentração falhar, começa a ler em voz alta. Tatiana diz que não sabe quando começou essa mania, mas intui que deve ser inconveniente para as pessoas que estão ao seu redor, por isso está tentando inibir tal prática.

Sempre gostou de ler de tudo, experimentar o que a sua curiosidade pedia. Deste modo, não segue sempre um gênero de leitura exato, não se prende a determinados estilos. Gosta de ler os contemporâneos, YA e fantasia; mas seu canal tem uma predominância em obras clássicas e livros que são geralmente solicitados em provas de vestibular. Gosta muito de ler biografias, pois conta que estas a deixam mais próxima dos autores que admira. Não há gênero literário que possa dizer que não goste, mas se mantém distante de livros que chama de “*pornô vovó*”, ou seja, os romances que são tradicionalmente vendidos em bancas de jornal. Afirma não gostar de livros do mesmo gênero que não apresentam originalidade, relata que não “*aguenta mais*” livros cujos títulos iniciam com “*A menina que...*”, “*O menino que...*”.

Eduardo Cilto afirma que lê de 6 a 8 livros por mês, totalizando 34 livros no ano de 2015. Apesar de não revelar tantas informações sobre seus hábitos de leitura como Tatiana, conta que se mantém informado sobre o mercado literário e sobre os livros que serão ou já

foram publicados acompanhando os perfis das editoras nas redes sociais, pesquisando os *sites* das editoras, blog e canais literários, sendo este último sua principal fonte de informação. Fato que revela como o consumo de livros também é pautado pela presença das editoras e das obras no cenário digital. Ao contrário do que seus seguidores acreditam, não costuma comprar muito livros, sua média de compra geralmente é de um título por mês; os livros novos são presenteados em datas comemorativas como o seu aniversário e Natal, além das obras que são enviadas pelas editoras. Ele confessa que sua única mania de leitura é ler a última frase do livro, assim, fica curioso para saber como a história se desenrolou para chegar até ali.

Victor Almeida relata que almeja um dia dizer que leu 100 livros em um ano, mas hoje sua média anual é de 70 a 75 livros. Assim como Eduardo, Victor revela poucas informações sobre seus hábitos de leitura. Contudo, comenta que, tal como Tatiana, possui um caderno de organização de leituras²⁸⁸. O caderno é subdividido nas categorias: Leituras, Novos, Planejamento, Contabilização e Diário de Leitura. O *booktuber* escreve manualmente os dados relativos aos livros que leu, às leituras realizadas e suas considerações. Organiza suas leituras por ano e mês, listando os livros que foram lidos, assim como a nota atribuída a cada. Se um livro é favoritado, desenha um coração ao lado da nota. Na categoria Novos, lista os livros que recebeu, separando os enviados para a sua casa e para sua caixa-postal; é através desta listagem que os vídeos de *Book Hauls* são pautados.

A categoria planejamento é subdividida entre *TBR*²⁸⁹ e Projetos. Victor declara que tenta manter o canal organizado de acordo com o planejamento prévio, mas nem sempre isso é possível, o que é notório ao observar sua temporalidade – “na teoria o canal é pra ser organizado, mas chega na prática vira uma merda”. Apesar disso, o caderno o ajuda a organizar os vídeos que pretende produzir e os projetos que pretende desenvolver. Já as *TBR* são essencialmente voltadas para maratonas literárias, uma vez que o *booktuber* tem dificuldades em seguir uma lista de leituras pré-estabelecidas. Na contabilização está a listagem e o acompanhamento das séries/trilogias/sagas que serão, estão ou foram lidas.

Para organizar as finalizações e o andamento de cada leitura, Victor escreve o nome da série, desenhando ao lado círculos para cada quantidade de volumes, colorindo os círculos das leituras que já foram realizadas. Por exemplo, a série *Bruxos e Bruxas* (James Patterson) possui cinco círculos e três coloridos: é composta por cinco volumes e três já foram lidos; a trilogia *Mara Dyer* (Michelle Hodkin) possui três círculos coloridos: é composta por três volumes e os três já foram lidos. Quando uma série é finalizada, Victor desenha um V de *check-in* ao lado do

²⁸⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7YLYq4csEo>>. Acesso em: 30 nov. 2016.

²⁸⁹ No Quadro 1 há a explicação sobre o que é *TBR*.

seu nome. Essa organização revela que Victor tem tendência a começar e acompanhar diversas séries, mas poucas são finalizadas. Por fim, através do diário de leitura, almeja anotar quais as impressões foram suscitadas durante cada leitura, informações que auxiliarão o *booktuber* a relembrar os sentimentos e as considerações de cada livro, no momento de gravar sobre ele.

Assim como Tatiana Feltrin, Bárbara Matsuda (canal *Letras de batom*), Pam Gonçalves e Melina Souza utilizam os momentos de ócio do dia a dia para a leitura, tendo sempre um livro consigo. Bárbara, Pam e Mariana (canal *marianareads*) também leem antes de dormir. Bárbara comenta que seus momentos de leitura são geralmente à noite, pois se sente mais produtiva. Relata que não lê dentro do transporte público ou dentro do carro porque o movimento lhe causa enjoo. Costuma ler apenas um livro de cada vez, pois gosta de se dedicar a uma história. Seu local de leitura favorito é sua cama, onde fica deitada, mas com um apoio para as costas.

Uma das principais dúvidas dos seguidores de Pam Gonçalves é como ela consegue ler uma grande quantidade de livros. A *booktuber* comenta que uma das táticas que mais lhe ajudam na prática da leitura é separar um determinado momento do dia para ler, o que acaba lhe auxiliando a sair do “*ciclo eterno*” das redes sociais. Suas listas de leitura do mês também lhe auxiliam, assim como o registro de todas as suas leituras no Skoob, no Goodreaders – tanto o *site* quanto o aplicativo para celular – e em um caderno de leituras, onde os livros lidos são registrados. Uma das ferramentas dos aplicativos que utiliza é o *Scan*, uma alternativa para localizar um livro através da leitura do seu código de barras. Neste caso, o *Scan* tem a mesma função que as fotografias de Eduardo e Tatiana nas livrarias, ou seja, salvar o nome e a capa de determinado livro que será pesquisado posteriormente em *sites de e-commerce*.

Mariana afirma que lê no transporte público, em uma determinada poltrona na sua casa e na cama. Quando o tempo está propício, gosta de ler no quintal. Não costuma assistir TV ou ouvir música enquanto lê, abre uma exceção para algumas músicas épicas. Não tem problemas em ler diversos livros ao mesmo tempo, mas atualmente está se dedicando a uma leitura de cada vez. Assim como os demais *booktubers*, Melina Souza lê sempre antes de dormir e quando tem “*uma desculpa pra tirar o livro da bolsa*”. Não costuma ler mais de um livro, mas quando chega um exemplar novo e muito esperado, ela cessa a leitura que estava em andamento e começa a leitura do livro novo.

Ela prefere ler na cama, marcando as citações favoritas com *post-its*. Gosta de fotografar o livro e faz anotações em um caderno de como estava o dia – detalhes, lembranças – durante ou no fim da leitura: “*por exemplo, ‘esse livro eu li no avião a caminho de tal lugar’, ou então, ‘esse livro foi lido numa tarde chuvosa’, ‘eu comi bolo de fubá’*”. Quando não há nada para fazer marcações por perto, Melina posiciona o dedo indicador no início da frase que quer marcar

e fotografa a página do livro. As fotos também são utilizadas em livrarias, quando Melina se interessa por um livro que não vai adquirir naquele momento. Por fim, declara que as capas de uma mesma série precisam combinar para manter a harmonia na estante: “*eu fico meio irritada quando eu vejo livros de uma série que não bate a capa, não combina, [...] se muda um pouquinho eu já fico ‘ai meu Deus’, sabe. Tem que combinar*”.

Luana Werb (canal Abstração Coletiva) utiliza o tempo que está no transporte público – 2 a 3 horas – para realizar suas leituras, mesmo se estiver muito barulho ou não conseguir um lugar para sentar. Esse é o seu local preferido para suas leituras. Lê apenas um livro por vez, pois não consegue intercalar leituras. Luana transforma seus livros em diários: “*eu guardo dentro dos livros um envelope, com a data em que eu fiz a leitura, [...] e dentro desse envelope eu coloco lembranças, coisas que aconteceram no período que eu li o livro [...] uma foto, um ingresso de cinema*”. Assim como Melina, acredita que as capas de uma mesma série precisam combinar. Relata: “*eu sou apaixonada pela minha estante, eu fico horas namorando os meus livros, e é claro que as capas e as lombadas importam*”. Ressalta, contudo, que as histórias dos livros são o seu atributo principal, mas que os aspectos físicos do livro “*fazem parte da experiência de leitura*”. A partir disso, entendo que, assim como Tatiana Feltrin, o transporte público, o período da noite e os momentos de ócio do dia a dia são geralmente aproveitados para a leitura. Alguns hábitos são compartilhados, como ter um livro sempre à mão e importar-se com o projeto gráfico do livro; e outros são particularizados, como transformar os livros em diários, recipientes de lembranças materiais e imateriais.

Atentando-me para o tipo de leitura dos três *booktubers* sistematicamente observados, é perceptível a predominância de livros de ficção. Livros de não-ficção não contemplam os vídeos de Eduardo Cilto e Victor Almeida, mas estão presentes nos de Tatiana. A *booktuber* possui o hábito de complementar a conversação sobre algumas leituras com textos de apoio, geralmente pesquisados em obras relacionadas aos estudos literários. Também produz vídeo resenha de algumas obras teóricas, como *A arte da ficção* (Henry James).

Ao observar aspectos que demonstram a **relação com o livro através de sua materialidade**, infiro que **Tatiana Feltrin** sempre viveu em uma casa “*tomada de livros*”. Quando esgotava o que tinha nas suas prateleiras, lia os livros da biblioteca, por isso pensava não ser necessário comprar novos exemplares. Passou a comprar livros quando os de casa já não lhe interessavam mais, quando a biblioteca se tornou demasiadamente longe e quando descobriu que “*bom mesmo é cheiro de livro novo*”. Deu início oficialmente à sua coleção de livros aos 19 anos e, de lá pra cá, a coleção tomou grandes proporções. Nesta, há livros escolhidos “a dedo”, livros comprados por impulso ou por indicação, outros ganhados e

emprestados. Afirma que gosta da sua estante e das pilhas de livros que a cercam. Nas prateleiras, tem seus autores preferidos sempre por perto, ao seu alcance. Dorme rodeada por eles, com a sua companhia.

Acredita, contudo, que o leitor deve ter uma biblioteca básica, referindo-se ao vídeo de Juliana²⁹⁰ (canal *JotaPluftz*) no qual esta declara que “*uma biblioteca não é um monte de livros, uma biblioteca é uma seleção de livros*”. Há livros de diferentes valores e isso não se refere ao preço diretamente. Há livros que levamos para a vida, que nos oferecem conhecimento, que nos afetam e nos emocionam, e há livros que não são tão importantes ao ponto de mantê-los na estante. Por isso, nem sempre é vantajoso comprar diversos livros que estão em promoção, se estes de fato não nos interessam; é preciso resistir às promoções, embora todo o leitor tenha uma certa aflição em preencher suas prateleiras.

Juliana afirma que depois de refletir sobre o assunto, decidiu que sua biblioteca básica deve conter: livros que serão lidos, livros que serão relidos, que podem ser consultados ou necessários em algum momento. Tatiana também afirma que não é necessário acumular todos os livros que já foram seus. Guarda em sua estante os livros que lhe proporcionaram uma boa experiência de leitura, os que em uma releitura podem lhe mostrar novas descobertas, aqueles presenteados e os que ainda não leu. Para adquirir uma nova obra, criou a regra “10 mais 1”, ou seja, depois que ler 10 livros estará liberada para adquirir um novo volume.

Tatiana afirma gostar de cheiro de livro novo, mas também de livros de segunda mão. Sebos são um bom passeio na sua concepção, além das livrarias físicas que, atualmente, são frequentadas apenas para fins recreativos, já que os preços são mais elevados do que nas lojas virtuais. As compras em livrarias físicas são casos ímpares, pois Tatiana aproveita o passeio para fotografar a capa dos livros que lhe despertaram interesse, pesquisando-os em *e-commerce* quando chega em casa, tática compartilhada por Eduardo. Em se tratando do conjunto completo do objeto livro, admira suas três edições da obra *Os Miseráveis* (Victor Hugo), mas também destaca algumas “*obras lindas*” que existem na sua estante, tais como *Atlas de Nuvens* (David Mitchell) e *Anna Kariênina* (Liev Tolstói) na edição da Cosac Naify. Ambas as edições são em capa dura, com diagramações bem elaboradas e protegidas por uma box.

Eduardo Cilto relata que, assim como todo leitor que possui uma quantidade considerável de livros, gosta de deixá-los organizados e expostos em uma estante. Por ficarem à mostra, os livros acabam acumulando poeira, o que leva Eduardo a limpar os “*seus filhotes*”. Fica tão animado em mexer nos seus livros, observar os exemplares e lembrar de obras das

²⁹⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/Fqao8eW9qao>>. Acesso em: 30 out. 2016.

quais não havia concluído a leitura, que esquece que estava realizando uma limpeza, recomeçando a leitura do livro redescoberto. Observando os vídeos de Eduardo, percebo que este realiza essencialmente leituras em livros físicos e é o *booktuber* analisado que possui uma relação mais “carnal” com o livro enquanto objeto. Ao falar sobre seu conteúdo, Eduardo abraça, beija, lambe, alisa os livros, comentando por vezes que “casaria” com tais capas.

O *booktuber*, assim como Victor Almeida, leva em consideração as capas dos livros no momento de avaliá-los como um todo – projeto gráfico e conteúdo. Eduardo comenta: “quando eu já conheço a história e a capa do livro é feia, eu fico meio assim pra comprar, porque a capa é muito importante gente, é muito importante”. **Victor Almeida** se auto declara “a pessoa mais chata para avaliar a capa dos livros”, sabe que não deve julgar o livro pela capa, mas já deixou de ler algo por aversão à uma capa ruim. Apesar de relatar de forma esporádica sua relação com o livro enquanto objeto, observo que o *booktuber*, quando gosta de uma obra, costuma adquirir diversas versões do mesmo livro, tal como a saga *Harry Potter* e a obra *Jogador número 1*. Como Eduardo, aprecia livros com boa diagramação, com capas bonitas, organizando-as na estante.

Em se tratando da relação entre os **livros digitais e os livros físicos**, é perceptível a predominância desta última plataforma. Os livros digitais, apresentados em *e-readers*, são de forma geral, leituras esporádicas de livros que, porventura, os *booktubers* não dispõem em seu acervo ou que se tratem de obras grandes, o que acaba dificultando o seu manuseio. Dentre os três *booktubers* analisados, Tatiana é a que mais realiza leituras em versão digital; contudo, ressalta que, quando a obra lhe agrada, compra um exemplar físico para ser guardado em sua estante. Victor Almeida revela que prefere o *Kindle* como *e-reader*, porque a Amazon oferece maiores vantagens no momento da compra de *e-books*. Assim como o de Eduardo, seu *Kindle* foi ofertado gratuitamente pela Amazon.

A predileção pelo livro físico é compartilhada por outros *booktubers acompanhados durante a pesquisa*: Bárbara Matsuda (canal *Letras de batom*) prefere a leitura em livro físico, mas pondera comprar um leitor digital pois algumas obras são desconhecidas e não sabe se vale a pena a aquisição, então, o *e-book* seria uma forma de ter acesso ao conteúdo sem grandes investimentos. Esta opção também seria a solução para levar na bolsa, pois algumas de suas obras já estão frágeis. Sobre a leitura de *e-books*, Pam Gonçalves declara: “óbvio que eu prefiro livro físico, mas eu tô desencanada no negócio de ler *e-book*”.

Ela não faz muita distinção entre uma plataforma e outra, pois costuma utilizar um dos seus três leitores digitais – *Kobo Glo*²⁹¹, *Kobo H2O*²⁹² e *Kindle*²⁹³. Entre estes aparatos, na questão de leitura, afirma que prefere o *Kindle* por conta da qualidade da resolução, mas costuma utilizar mais seu *Kobo H2O* pois é o seu *e-reader* que oferece luminosidade. Melina Souza prefere o livro físico: “*eu acho ele tão mais bonito, você sente o livro, você cheira o livro; não sei, é muito mais bonito. Você tem contato, mais contato com o livro*”. Luana Werb (canal *Abstração Coletiva*) prefere livros físicos, mas declara que é por “*pura ignorância*”. Nunca leu um livro digital, mas acredita que ainda irá experimentar este tipo de aparato.

É interessante notar que, ao contrário do que supunha Bellei (2002), o livro físico é a primeira opção dos leitores, e não o livro digital. Este é escolhido geralmente quando não há a versão física, ou quando esta é de difícil transporte. Na comunidade, a presença física do livro enquanto objeto é fundamental, pois sua presença também transmite significados. Em um vídeo sobre promoções de *e-book*, Tatiana destaca outra característica do livro físico que não é suprida pelo digital. Recomenda um livro que está na lista de leituras obrigatórias do vestibular de uma determinada universidade, ressaltando que sua versão física está esgotada, logo, os estudantes teriam que “*se contentar*” com a leitura na edição digital, apesar de saber que a apreensão da obra é realizada de forma mais plena quando o estudante possui o livro nas mãos, podendo marcá-lo e grifá-lo a fim de compreendê-lo.

Esta é uma experiência de leitura que somente o livro enquanto objeto pode proporcionar: as marcações e marginálias realizadas com aparatos como canetas, marcadores, *post-it* e *flags*. Tatiana Feltrin utiliza *post-its* para marcar as passagens relevantes de uma leitura, coladas exatamente no início da frase. Com uma “*bolinha de cola Tak*²⁹⁴” cola a cartela de *post-it* na primeira página do livro para ficar mais cômodo e ágil no momento das marcações, pois algumas vezes está lendo de pé no transporte público. As marcações com canetas geralmente são destinadas para coisas menores, indicações de bibliografias, frases impactantes, etc. Possui canetas de marca texto espalhadas por toda a sua casa e na sua bolsa.

Tatiana revela sua relação com os *post-its* e as marcações em fragmentos de diversos vídeos, principalmente naqueles em que relata seus hábitos e manias de leitura. Outros *booktubers* produziram um vídeo especificamente sobre o uso das marcações e dos *post-its*,

²⁹¹ Disponível em: <<http://www.livrariacultura.com.br/c/kobo/glo>>. Acesso em: 05 out. 2016.

²⁹² Disponível em: <<http://www.livrariacultura.com.br/p/kobo-aura-h2o-43001684>>. Acesso em: 05 out. 2016.

²⁹³ Disponível em: <https://www.amazon.com.br/gp/product/B0186FEYKW/ref=famstripe_k>. Acesso em: 05 out. 2016.

²⁹⁴ *Cola Tak* são massinhas adesivas. Disponível em: <<http://busca.saraiva.com.br/q/cola-multi-tak>>. Acesso em: 10 out. 2016.

sempre “defendendo” uma posição com argumentações plausíveis. As marcações nos livros são uma questão polêmica entre os leitores, pois há um certo puritanismo que condena o ato de rabiscar os livros – “*sei que muitos vão me condenar*”, “*ai meus Deus, são livros, não pode escrever, não pode machucar o livro blá blá blá*” (Pam Gonçalves)²⁹⁵, “*Não me julguem*” (Juliana Sabrina, canal *Guardei na memória*)²⁹⁶.

A primeira argumentação alinha-se à de Juliana (canal *JotaPluftz*)²⁹⁷ – “*o livro é meu, eu faço o que eu quiser com ele*” –, ou à de Ana (canal *Pausa para um café*)²⁹⁸ – “*além de marcar com o post-it eu ainda risquei e risco mesmo, o livro é meu, paguei*”. A posse do livro concede plenos poderes para o leitor usufruir da experiência da leitura do modo como melhor lhe convir. As marcações são vistas com maus olhos quando o livro é emprestado, seja de outra pessoa ou de uma biblioteca. Nestes casos, ou quando o leitor tem medo de riscar nos livros, os *post-its* podem ser uma solução. Tal como afirma George (canal *Geolê*)²⁹⁹: “*talvez essa seja a principal vantagem, porque quem tem medo de usar caneta, ou que não pode usar caneta, por exemplo, um livro emprestado*”. Outros *booktubers*, como Prata (canal *Estante de Prata*)³⁰⁰, não gostam da prática das marginálias: “*eu não gosto de jeito algum de pegar um lápis e escrever no livro [...] eu tenho [...] uma agonia. Eu não consigo ver o livro marcado. [...] esses post-its que eu falei aqui são perfeitos e dá pra tirar depois se quiser [...]*”.

A segunda argumentação é quanto à memória da história ou da teoria, auxiliada pelas marcações, anotações e *post-its*. Mari (canal *Psychobooks*)³⁰¹ explica que faz três tipos de marcações: trabalho, diversão e estudo. Conta que utiliza seu *Kindle* ou *iPad* para as leituras relacionada ao trabalho, grifando o texto a partir das ferramentas dos dispositivos. Como essa leitura exige atenção, utiliza um caderno para anotar as informações centrais do texto. Quando está estudando, utiliza bloquinhos para anotar informações importantes, bem como *flags* e grifos. Afirma: “*eu grifo mesmo várias coisas que eu acho muito interessante. Esse [livro] daqui eu não quero fazer anotação em caderninho, eu quero deixar tudo anotado aqui. Então eu também faço outras anotações a lápis, [...] de tudo o que é necessário mesmo*”. Já na sua leitura por diversão, as marcações são importantes para que ela lembre personagens, datas e acontecimentos centrais da narrativa. Constata:

²⁹⁵ Disponível em: <https://youtu.be/YFL-wtsbs_U>. Acesso em: 30 out. 2016.

²⁹⁶ Disponível em: <https://youtu.be/UxZ3D6_Bev4>. Acesso em: 30 out. 2016.

²⁹⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/hE0eP0QhMt0>>. Acesso em: 30 out. 2016.

²⁹⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/3ht8On62jEs>>. Acesso em: 30 out. 2016.

²⁹⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/9tV9sNZaeVI>>. Acesso em: 30 out. 2016.

³⁰⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/ih4F4G7hpdU>>. Acesso em: 30 out. 2016.

³⁰¹ Disponível em: <<https://youtu.be/h8wujq4DpIo>>. Acesso em: 30 out. 2016.

Atualmente eu tô lendo Charles Dickens, aí eu vou anotando [...] coisas pessoais [...] que me marcam. [...]. Então eu anoto passagens que me tocam, passagens importantes. [...]. Eu sempre levo em consideração a minha experiência de leitura, o que marcou pra mim, o que ficou da história, sabe, essas coisas. [...].

As marcações de Ana (canal *Pausa para um café*) têm o propósito de destacar citações que gostou ou que se mostraram como um momento revelador da história. Então, quando precisa escrever uma resenha ou gravar um vídeo sobre o livro, utiliza as marcações para refrescar a memória, aproveitando para deixar registrado nos *post-its* suas impressões ou os sentimentos que foram despertados durante a leitura. Também afirma que as marcações são utilizadas para as releituras: “*é muito legal porque aí eu lembro quais são as partes legais e que eu quero reler depois*”. Nota que sempre faz marcações durante a leitura para ajudar a localizar no livro o lugar exato de algo que procura. Lembra que existem leitores que possuem um caderno apenas para anotar as citações destacadas, mas que prefere fazer as marcações nos livros, a não ser quando realiza leituras no seu *Kindle*, aí se vê obrigada a utilizar um caderno. As diferentes cores dos *post-its* e das *flags* também são utilizadas por alguns *booktubers* para categorizar assuntos em um determinado livro, tal como relatado por Prata e George:

*Cada corzinha [...] tem um método de marcação [...] A cor laranja eu uso para marcar frases marcantes. Frases tipo: ok? ok! [...] Já o rosa eu uso para marcar partes importantes dos livros. Sabe aqueles livros imensos, então. [...] Agora, já o amarelo neon com cor de marcador eu uso para revelações. [...] normalmente essas partes amarelas são os spoilers. Agora o post-it verde eu uso para marcar coisas interessantes [...] esse aqui é o post-it mais geral. Agora, agora, agora [...] o post-it azul, esse é destruição, é morte. Esse é o post-it exclusivamente destinado a mortes. [...] Então, é isso que eu faço uso dos post-its, eu adoro, eu compro milhões deles, eu não consigo ficar sem post-it. Tem alguns livros que eu não marco mas é porque acabou o post-it e eu fico desesperado [...]. (Prata, canal *Estante de Prata*).*

*Por exemplo, nesse livro aqui, [...] as partes verdes eu destaquei os tópicos que eu considerei serem os principais no livro e os laranjas são sub tópicos. Os rosinhas são aquelas frases bacanas que você pode até usar fora daquele contexto do livro, aquelas frases que chamam a atenção e que você quer copiar e compartilhar no Facebook, etc. (George, canal *Geolê*).*

A terceira argumentação é que através dos rastros dos leitores nos livros, por meio das marginálias, estes tornam-se seus, de fato, possibilitando-lhes lembranças futuras. Pam Gonçalves comenta que tinha problemas em escrever nos seus livros, mas percebeu que sua leitura se tornou melhor com as marcações: “*eu acho que é muito melhor [...] escrever no livro [...] deixa lembranças futuras, realmente, da leitura, se eu quiser reler eu vou passar por aquelas partes importantes, além de que, quando eu vou fazer a resenha, eu dou uma revisada*

nos pontos importantes que eu destaquei no livro”. Mariana (canal *marianareads*)³⁰² afirma que escreve nos seus livros pois acha que *“escrever no livro torna ele mais seu”*. Costuma escrever seu nome, a data da aquisição da obra e uma consideração sobre a sua percepção acerca da leitura nas páginas finais do livro. Não utiliza as canetas marca texto, mas faz anotações a lápis. Declara:

[...] teve uma certa época que eu me arrependi de escrever nos meus livros e até parei. Depois eu voltei e escrevi nos que eu tinha parado de escrever porque eu decidi que isso era uma coisa pessoal, fazia o livro ser mais meu e fazia ele ficar mais especial ainda pra mim. É legal poder voltar e ver todos os rabiscos que eu fiz, tudo o que eu pensava na época que eu tava lendo, as minhas opiniões na hora ‘ai meu Deus, preciso escrever isso aqui’. Eu gosto.

Alinhando-se à Pam e à Mariana, Bárbara Matsuda (canal *Letras de batom*)³⁰³ declara possuir grande apego por seus livros: *“eu gosto dessa ideia de você deixar memória no livro, [...], não tem a mínima graça você terminar um livro e ele tá intacto, do mesmo jeito que de quando você pegou. Parece que você não deixou rastros no livro, você não marcou o livro”*. Desta forma, a *booktuber* faz marcações e utiliza *post-its* em passagens relevantes, que tocam, que são engraçadas. Neste viés, ressalta sua relação com o livro enquanto objeto físico: *“eu gosto muito do livro físico, aquela coisa de você ter nas mãos, de você sabe... eu costumo até dormir com o livro, como se fosse um ursinho de pelúcia, aí você coloca do lado e abraça”*.

Estes relatos mostram como a materialidade do livro encaminhou seus leitores para a imaterialidade. Num primeiro aspecto, apreendo que as marcações auxiliam os leitores a relembrar o que, em determinado livro, era importante ou interessante. Afetando o livro e colocando-se neste através das marginálias, dos *post-its* e das *flags*, o leitor do passado relembra e transmitia ao leitor do presente o que o afetou em tal leitura. Suas marcas eram um registro de sua passagem pelo livro, registro este que, tanto ajudavam os leitores a lembrar a essência de sua leitura – como explicou-nos Johnson (2001) –, quanto os tornavam proprietário da obra – como argumentam Adler e Doren (2010). Esta prática cultural de “experienciar” o livro através da relação entre os códex e o manuscrito não é algo atual.

Desde tenra idade, os livros já possibilitavam a presença do leitor. Em muitos estudos, era esta presença o modo de compreender a relação de tal pessoa com suas leituras, ou de transmitir a um amigo o que lhe afetou na leitura de uma obra. Nos séculos passados, os livros continham páginas em branco para que seus leitores pudessem fazer anotações. No século XXI,

³⁰² Disponível em: <https://youtu.be/cb_BhFN4ncY>. Acesso em: 30 out. 2016.

³⁰³ Disponível em: <<https://youtu.be/CIVZgNp42Cs>>. Acesso em: 30 out. 2016.

livros assim não existem mais, mas a função de tais páginas foi substituída pelas diversas formas de *post-its* disponíveis aos leitores. Logo, a materialidade do livro, bem como sua relação com o manuscrito, ainda se apresenta como necessária nos dias de hoje, no caso dos *booktubers* estudados, mostrando-se enquanto prática histórica e cultural. Prática esta que apresenta uma certa uniformidade entre os leitores, mas que jamais terá um padrão definido, pois cada leitor afeta e é afetado pelo livro de forma particular.

O ato de escrever no livro não é um consenso entre os leitores. É o caso de Prata, que prefere usar as *flags* porque não consegue riscar no livro. Ele declara que não conseguirá trocar um livro se o riscar, assim como George afirma que não se deve riscar em livro emprestado. Fato que reforça as palavras de Adler e Doren (2010), de que, quando você se coloca no livro enquanto marcações, esse livro passa a ser seu, ter sua presença. Logo, se a obra não lhe pertencer, ou deixar de lhe pertencer, as marcações serão um problema. McCracken (2003, p. 116) auxilia a esclarecer essa questão, uma vez entendido que as marcações e anotações são uma forma de consumir e personalizar o livro:

[...] o ato de personalização é, com efeito, uma tentativa de transferir significado do próprio mundo do indivíduo para o bem recém-adquirido. O novo contexto, neste caso, é o complemento individual de bens de consumo, que assumiu agora significados tanto pessoais quanto públicos. De fato, é principalmente desta forma, talvez, que uma posse anônima [...] é tornada uma posse que pertence a alguém e fala por ele ou por ela. É desta maneira, talvez, que os indivíduos criam um 'mundo de bens' pessoal, que reflete suas experiências e conceitos de si e do mundo.

Quando esse bem é despojado, nota McCracken (2003, p. 118), “precisa ser esvaziado do significado antes de ser passado adiante, bem como precisa ser incorporado ao novo dono”. Por outro lado, Mauss (2012, p. 113) não acredita em um esvaziamento pleno, visto que as coisas vendidas sempre carregam uma alma, sempre carregam algo do dono consigo. Utilizando apenas as *flags*, Prata acredita que conseguirá se desfazer do livro, uma vez que, retirando-as, retira também os significados das marcações e sua própria presença da obra. Todavia, por mais que as marcações sejam removidas, o livro não é mais o mesmo, pois já lhe pertenceu. Pensando o sistema de pátina proposto por McCracken (2003), as marcações alusivas à presença do leitor no texto são uma forma de atribuir camadas simbólicas ao livro enquanto objeto. Contudo, não torna o livro um bem “nobre”, mas um bem dotado de afetividade.

Ao observar a relação dos *booktubers* com os livros por meio de sua materialidade, entendo estes livros enquanto bens. Por meio deste objeto, compreendo como a cultura material pode desempenhar formas específicas de comunicação, percebendo que os livros são dotados de propriedades simbólicas, construindo relação, compondo mapas sociais e culturais ao passo

que fortalecem afetos e vínculos. São partes fundamentais, tanto do cotidiano dos leitores quanto da sua representação do eu. Por não serem neutros, os livros são assimilados a partir de suas diferentes formas, adquirindo novos significados durante o processo da leitura. Para os *booktubers*, o livro é um amigo ao qual lhe é permitido envelhecer e experienciar. É um professor que ajusta seu corpo, suas mãos e braços, provocando-lhes sensações, emoções. Deste modo, percebo que há uma significativa diferença entre “o livro” e o “meu livro”. Ao ser de alguém, este objeto sai do ciclo de mercadoria e torna-se um bem; um bem que integra o mundo do leitor.

Por fim, entendo o livro enquanto mercadoria ao observar as relações entre os *booktubers* e o **mercado editorial**, que nem sempre se tornam públicas para os seguidores, tampouco para o pesquisador. É preciso coletar informações fragmentadas, atuando como indícios de uma relação nutrida por aspectos positivos e negativos. Visualizo que grande parte dos *booktubers* possui parcerias com editoras. Os termos em que são estabelecidas, bem como os bônus e os ônus oriundos delas, são conhecidos apenas por quem participa de tal relação. Contudo, algumas considerações emergem e tornam-se públicas. Ao observar o conteúdo produzido por Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto e Victor Martins, percebo que há a presença de *merchandising* nos três canais, mas este não se restringe às editoras.

Em se tratando especificamente de parcerias, Tatiana revela que as teve durante um ano. Mas, ao findar esse período, ponderou que as parcerias possuem mais aspectos negativos do que positivos ou, nas suas palavras: “*muita exigência para pouco ganho*”. Quando um determinado *booktuber* possui parceria com editoras, ele não apenas “ganha” livros, ou dispõe de exemplares para sorteios, que auxiliam o crescimento do canal. Ele também tem uma certa “obrigação” em ler aquela obra, mesmo que o título não seja de seu interesse. Segundo Tatiana, ela se sentia “constrangida” por receber um livro e não o ler, mesmo que esse livro não tivesse sido solicitado, por isso encerrou as parcerias. Há outros *booktubers* que revelam terem sido excluídos da parceria com uma determinada editora porque, dentre os 10 títulos que foram enviados para o *booktuber* ler no período de um mês, um não foi lido e resenhado. Outros *booktubers* revelam que algumas editoras exigem um relatório mensal sobre os livros resenhados e qual a sua repercussão no canal.

Estes e outros aspectos da relação entre o mercado editorial e a comunidade tornaram-se públicos através do movimento *Valorize o Booktube*³⁰⁴, iniciado com um vídeo produzido por Victor (canal *Geek Freak*), Renato (canal *Cabeça de Tinta*), Thereza (canal *Thereza*

³⁰⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=cVEPA7KQhNk>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

Andrada) e Rafael (canal *Bigode literário*), desdobrando-se no Twitter e no Facebook com a hashtag #valorizebooktube³⁰⁵. Victor lembra que um *booktuber* é um produtor de conteúdo que começa um canal, geralmente como um *hobbie*, para conhecer pessoas e compartilhar informações e impressões sobre a cultura literária. Em alguns casos, o canal passa a fazer parcerias com editoras e alguns *booktubers* almejam transformá-lo em sua fonte de renda. A questão é que o produto gerado pelos *booktubers* não é valorizado pela maioria das empresas parceiras, desvalorizando tanto o canal quanto o próprio *booktuber* na sua visão.

Tal desvalorização não é percebida em outros segmentos que existem no YouTube, como culinária, games, cabelo, moda e maquiagem. O *booktuber* Renato trabalha com planejamento voltado aos chamados influenciadores digitais. Relata que, quando marcas e empresas se interessam em divulgar produtos nos canais desses segmentos, eles enviam os produtos para tais pessoas gratuitamente, mas estas não possuem obrigação de fazer a divulgação ou um tempo determinado para realizá-la. Quando compram um espaço, pagam o valor estipulado pelo *youtuber*. Fato que não se aplica aos *booktubers*. As empresas, em sua maioria, enviam os livros para os canais parceiros – que, na maioria das vezes, não recebem remuneração a não ser o próprio livro –, considerando que tais canais possuem a obrigação de em um determinado tempo produzir e postar um vídeo. Algumas empresas informam o que querem e o que não querem que os *booktubers* falem, que títulos devem ser inseridos nos vídeos e qual o teor do vídeo. Quando o vídeo possui uma resenha negativa, algumas editoras solicitam que este seja deletado. Os *booktubers* começaram a perceber, conforme relatam, que “*alguma coisa está errada*”.

Os *booktubers* comentam que a produção de conteúdos para um canal literário possui algumas características que não se alinham às exigências das empresas: ler um livro demora mais do que se maquiar ou experimentar perfume e, ainda, por mais que as parcerias sejam desejadas, a leitura dos *booktubers* é realizada por prazer, por gosto. Quando essa leitura passa a ser uma obrigação, transformada em produto, o canal perde a razão de existir pois deixa de ser uma conversa franca de leitor para leitor. A obrigação de ler por conta das parcerias também emerge quando os *booktubers* revelam sua fadiga em relação ao canal e em relação aos livros; muitos entram em ressaca literária por conta dessa pressão para ler uma obra e produzir conteúdo. As marcas também não percebem a diversidade de público e gênero literários que os *booktubers* comportam, tratando-os como um segmento homogêneo e enviando os mesmos kits e livros para todos, por mais que os gostos e o público leitor variem de canal para canal.

³⁰⁵ Disponível em: <<https://twitter.com/hashtag/valorizebooktube?src=hash>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

Com o movimento, os *booktubers* esperam que as empresas entendam que, por mais que os conteúdos e vídeos sejam produzidos por prazer, qualquer conteúdo demanda investimento de tempo e dinheiro. Além disso, muitas vezes os *booktubers* produzem conteúdos gratuitamente para uma marca por gosto pessoal, mas, quando essas marcas desenvolvem campanhas de *marketing*, elas selecionam outros influenciadores digitais que não possuem um alinhamento com o produto, que contemplam outro público. Isso mostra que a relação nem sempre é recíproca entre os canais literários e as empresas.

Os *booktubers* Bruna Miranda³⁰⁶, Tamires³⁰⁷ (canal *Resenhando sonhos*), Ju Cirqueira³⁰⁸ (canal *Nuvem Literária*), Pedro³⁰⁹ (canal *Não apenas histórias*), Naiara³¹⁰ (canal *Dignidade não cabe aqui*), Ana³¹¹ (canal *Poesia Destilada*), Jean³¹² (canal *Joteando*), João Vitor³¹³ (canal *Sinceroteca*), Simeia³¹⁴, Milas³¹⁵ (canal *Amados Livros*), Ana³¹⁶ (canal *Estante da Personi*), Gabriel³¹⁷ (canal *MaremotoTV*), Lucas³¹⁸ (canal *Histórias Sem Fim*), Ana³¹⁹ (canal *Pausa para um café*), Tailany³²⁰ (canal *Despindo Estórias*), Karol³²¹ (canal *Tem que ler*), Léo³²² (canal *Entre livros*), Isabella³²³ (canal *Entre parágrafos*), Jaqueline³²⁴ (canal *Marcando uma página*), Taís³²⁵ (canal *The book dilemma*), Bárbara e Letícia³²⁶ (canal *Letter of Winter*), João³²⁷ e Vitor³²⁸ (canal *Solstício e Equinócio*) responderam ao movimento postando vídeos com suas considerações.

Bruna Miranda destaca que as parcerias não são “100% maravilhosas como muita gente pensa”. Receber livros “*gratuitamente*” é algo bom, mas o conteúdo gerado pelos canais vale mais do que o preço de capa de um livro, pondera. Tal como explicado por Tatiana Feltrin, se

³⁰⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KFqV5VNrKqg>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³⁰⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=aLGZWgFlxWk>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³⁰⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=3H1pv2U5AEw>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³⁰⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=dAQInP5IHCA>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³¹⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2G9N6GA2BbM>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³¹¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PcJA_fGPujA>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_xgoR_DNov0>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³¹³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EkVQxxBlu64>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³¹⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=oi-gN3YluOM>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³¹⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XhdzJRWKGnk>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³¹⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gNvAIEc6gyQ>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³¹⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=biPpuwyHTJY>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³¹⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WcN0_fzyAGY>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³¹⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xt9rtraUpvs>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³²⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Du6BORjFMks>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³²¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=r78258XypHM>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³²² Disponível em: <<https://youtu.be/bH99OApiSt0>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³²³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=IKxrLDQ-Vxk>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³²⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/NrM25Aobnk8>>. Acesso em: 21 ago. 2016.

³²⁵ Disponível em: <https://youtu.be/yNULpG2_CzA>. Acesso em: 21 ago. 2016.

³²⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/0xnjXrD729Q>>. Acesso em: 21 ago. 2016.

³²⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/Q3z8ZX5Qnsc>>. Acesso em: 21 ago. 2016.

³²⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=i_50Ekld6g>. Acesso em: 17 ago. 2016.

a editora envia um livro que custa 5,00 reais e esse livro é comentado por ela no canal, grande parte dos seus seguidores tomaram conhecimento da existência de tal obra. Bruna, assim como Renato, trabalha na área de planejamento de conteúdos e conta que a maioria dos canais do YouTube possuem um *Mídia kit*³²⁹ com seus determinados valores e as empresas entendem, aceitam e pagam. Esses segmentos cresceram e foram valorizados a partir disso. O *booktube*, conforme destacado no capítulo 2, também teve um crescimento considerável nos últimos dois anos, tanto em número de canais e vídeos quanto em número de inscrições e visualizações. O que não cresceu, constata Bruna Miranda, foi a sua valorização.

A *booktuber* lembra que um canal literário exige investimento de tempo e dinheiro. Sem contar o tempo de leitura: leva-se cerca de “1 hora para fazer o roteiro do vídeo, 1 hora para gravar o vídeo, 3 horas para editar, 1 hora para subir o vídeo mais [...] duas ou três horas por semana fazendo divulgação desse vídeo. [...] No mínimo, você gasta 8 horas para ter um vídeo no seu canal, 8 horas é uma jornada de trabalho”. Isso sem mencionar as capacidades de produção, gravação e edição que um canal exige. Logo, quando uma editora que se utiliza do conteúdo produzido pelos canais faz exigências sobre o que é ou não é postado, o *booktube* é desvalorizado e descaracterizado. Não é uma questão de “vender a opinião” sobre um livro, mas de valorização e reconhecimento de que um *booktube* produz algo relevante para o seu público. Conforme destaca Bruna, a desvalorização afeta toda a comunidade *booktube*.

Ju Cirqueira é uma *booktuber* que obtêm sua renda unicamente a partir do seu canal no YouTube. Para ela, a valorização é necessária porque um *booktuber* produz conteúdo relevante, gerando lucro para as empresas parceiras. Nota que o movimento, além de tentar estabelecer uma conversa com as parcerias, propõe ao próprio *booktuber* uma reflexão sobre o valor do seu conteúdo e se as parcerias são viáveis ou não, abusivas ou não. Já Tamires expõe um aspecto negativo do movimento: a falta de coerência entre os *booktubers* sobre o que é valorização. Ela destaca que o *booktube* é desvalorizado, mas que não possui uma relação ruim com as duas editoras que tem parceria – uma por permuta³³⁰ e a outra monetizada³³¹. O fato de uma parceria ser monetizada significa que a editora adquiriu um espaço no seu canal, e não que comprou a sua opinião, declara.

³²⁹ De acordo com Peixoto (2014, p. 57), “por mídia kit se entende uma apresentação geral [do] trabalho contendo números, *cases*, histórias interessantes, conquistas, prêmios, dados demográficos, sexo, idade, localização, principais interesses do [...] público alvo”, ou seja, tudo o que o *youtuber* puder reunir para vender o conteúdo que produz. Geralmente o *Mídia kit* também apresenta os valores e as formas de publicidade ofertadas pelo canal.

³³⁰ A permuta ocorre quando as editoras enviam livros e produtos para os canais, mas não há a exigência, na maioria das vezes, de divulgação.

³³¹ Também chamada de *publieditorial*, as parcerias monetizadas pagam uma quantidade X para o *booktube*, mensalmente ou de forma isolada, em troca da divulgação do livro no canal.

No vídeo que iniciou o movimento, todos os *booktubers* que comentaram sobre a questão concordaram com o posicionamento de Victor, Renato, Thereza e Rafael. Entre eles, o primeiro comentário é um desabafo de Tatiana Feltrin: “*a gente quer saber como as empresas estão nos vendo*”. *já lhes digo: as grandes editoras nos veem como trouxas [...] sabe quando isso vai parar? quando sair a próxima “seleção de parceria” das editoras e NINGUÉM participar. bjos!*”. Isabella Lubrano (canal *Ler antes de morrer*) declara: “[...] *as editoras não nos tratam como profissionais, e sim como crianças ingênuas que se submetem a qualquer coisa em troca de presentinhos. Concordo com o que a Tati Feltrin disse aqui em cima*”.

Contudo, os três seguidores que comentaram – e responderam comentários – se opuseram ao posicionamento dos *booktubers*. Entre as considerações, há a indagação sobre o fato de os *booktubers* desconhecerem o mercado literário. O Seguidor 1, ao colocar tal questão, afirma que a maioria das editoras “*tá muito na merda*”, que os prazos são impostos por uma pressão do mercado como um todo e que o campo editorial não fatura como o campo dos *games* ou dos cosméticos; logo, não há verba para investimento em publicidade. Conclui: “*o mercado editorial é muito cruel. E é com todo mundo. Eu entendo a reclamação de vocês, mas existe o outro lado também*”.

O Seguidor 2 reclama da padronização na comunidade: “*Adoro vocês, de verdade. [...] Mas tenho reparado que tá tudo igual [...] Vocês se nivelaram todos, se igualaram em diversos aspectos, desde a vinheta sempre com o mesmo estilo até os títulos dos vídeos e mesmo livro sendo lido por todo mundo ao mesmo tempo*”. Concordando com o Seguidor 2, o Seguidor 3 comenta: “*VRÁÁÁÁ! Arrombou hein querida! Tá tudo muito igual, vídeos chatíssimos, conteúdos chatíssimos, youtubers chatíssimos. Tá tudo muito chato. Por isso só assisto vídeo de unboxing, o resto é resto*”. O Seguidor 4, por sua vez, reclama a falta de “*profissionalismo*” dos *booktubers* que possuem parcerias e não diferenciam esse tipo de conteúdo.

Algumas editoras também se posicionaram no debate. O *publisher* da editora Aleph, Daniel Lameira, publicou sua consideração em seu perfil particular no Facebook³³². A Globo Alt foi uma das editoras que respondeu ao movimento com uma publicação em sua página no Facebook³³³, afirmando:

[...] Nós não obrigamos ninguém a fazer resenha ou vídeo. Não delimitamos (e nem cobramos) prazos. E se um parceiro publicar um conteúdo negativo sobre um dos nossos livros, nós não pedimos para tirar do ar, não cortamos a amizade e nem ficamos #chateados (ok, talvez um pouquinho, mas é pra isso que servem as críticas, né?). Enfim, tudo o que é imposto, não é legal. Sabemos que a maioria dos nossos leitores tem outras responsabilidades e, muito mais do que isso, temos total consciência de

³³² Disponível em: <<https://goo.gl/ZQoGw7>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

³³³ Disponível em: <<https://goo.gl/b0yMye>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

que a experiência da leitura deve ser prazerosa, leve, de coração. Do contrário, não vale a pena, não é mesmo? [...]. (REPRODUÇÃO FACEBOOK).

Lameira, por sua vez, esclarece como as editoras delimitam o valor investido em *marketing* para a tiragem de cada livro: “tiragem X preço de capa X 3,5%”. Isso significa que uma obra com “10.000 de tiragem (a média do mercado trade é 3 a 5³³⁴), que custa 39,90, teria R\$14.000 de *marketing*”. Conta que as ações de *marketing* realizadas em livrarias e grandes redes custa entre R\$4.000 e R\$8.000, e as publicações em suas revistas custam entre R\$1.500 e R\$3.000. Mesmo não gerando um resultado efetivo, tais investimentos fazem parte da relação comercial entre editoras e distribuidoras.

Lembra que algumas destas livrarias “obrigam os principais *players* a fecharem pacotes anuais ou cobram VPC, ou seja, uma verba que terá que ser paga em cima da venda, sem garantias de ações realizadas”. Logo, grande parte do valor destinado ao *marketing* é gasto em ações no ponto de venda – PDV. Alguns *best-sellers* conseguem publicar em espaços do metrô (“R\$10.000 para 3 ou 4 espaços por 15 dias”). Lameira pondera que tais ações geralmente são inúteis, mas que fazem “parte do jogo”, pois algumas redes e livrarias “têm metas de arrecadação de *marketing* e não estar presente pode resultar em boicotes”.

O *publisher* constata que, depois desta etapa, poucas editoras possuem verba para investimentos online. O ideal, para ele, é separar um montante para investir no Facebook e atingir aqueles que curtem a página da editora. A etapa seguinte é a dos influenciadores digitais, considerados por Lameira como “o ouro da divulgação juntamente com as redes sociais e conteúdos próprios”. Em suma, os valores dos *youtubers* são: “spot em vídeos com 400 mil *views*: R\$10.000 reais”³³⁵. Como os *booktubers* não possuem tal quantidade de *views*, o valor torna-se inferior. Ou seja, se um vídeo possui 5.000 *views*, renderá R\$125 reais. De acordo com Lameira, quase nenhum profissional que trabalha nas grandes editoras tem tempo para pensar ações detalhadas e mudar os investimentos em *marketing* de acordo com cada livro. Constata, todavia, que uma saída para esse impasse seria os *booktubers* organizarem coletivos e conversarem com as editoras propondo ações casadas em diversos canais. Alega que o movimento é importante, mas que os *booktubers* precisam saber a “realidade desse mercado muitas vezes conservador, retrógrado e refém das regras que criou”.

³³⁴ Percebemos que a produção atual do mercado editorial não teve mudanças significativas nos últimos 76 anos. Segundo Coelho Teixeira (1993), em 1940, a média de tiragem de um “bom livro” era de 3 mil exemplares.

³³⁵ Segundo Peixoto (2014, p. 55), é a partir de uma média de 20 mil *views* por vídeo que um canal no YouTube se torna interessante para as agências de propaganda.

A utilização da *hashtag* causou uma ampla discussão no Twitter – uma “*treta*”, segundo os *booktubers*. Discrepâncias e controvérsias tornaram-se públicas, o que mostrou que a comunidade possui suas desavenças, que alguns seguidores desqualificam suas opiniões e que o contexto no qual os *booktubers* estão inseridos é demasiado complexo, apresentando as incoerências e os atritos que compõem o grupo. Além disso, o movimento trouxe à tona diversas nuances sobre os canais literários e sobre o mercado editorial que são desconhecidos por aqueles que não fazem parte desses grupos.

Destas nuances, a linha tênue que separa o canal como um *hobbie* e como um trabalho, canais que acabaram as parcerias por se sentirem obrigados a realizarem leituras que não gostavam, canais que existem apenas para ganhar livros de parcerias, editoras que abusam da relação que possuem com os *booktubers* e tentam transformar a leitura em *commodity*, editoras que são reféns do monopólio das grandes redes e que investem em uma comunicação tradicional apenas para evitar boicotes, etc. O movimento apenas arranhou a superfície dos diversos problemas e divergências que compõem o mercado editorial brasileiro, fato que se complexifica à medida que o mercado e o público leitor transformam-se. As editoras, e os próprios *booktubers*, estão vivendo um momento de transição do mercado editorial e do consumo literário o que exige, cada vez mais, diálogos e compreensões de ambas as partes.

O movimento também remete a outro aspecto. Como lembra Procópio (2010, p. 206), “uma coisa é ser leitor de livros [...] e outra coisa é consumir livros. Quem compra livros nem sempre lê [...], e quem realmente lê nem sempre consome”. Um leitor pode ler livros que compra ou que ganha, mas pode também ler livros emprestados ou retirados em bibliotecas, ou até mesmo furtados. Ser um leitor não implica, necessariamente, em ser um comprador de livros. Contudo, destaco que o leitor analisado nesta pesquisa é um comprador de livros, que tanto se alinha às empresas como um divulgador das obras quanto questiona e debate sobre o cenário atual do mercado editorial brasileiro, atentando-se para aspectos como a qualidade do livro como um todo: objeto e conteúdo.

Neste sentido, os seguidores destacaram que a DarkSide Books, editora que foi apresentada no capítulo 4, investe mais em comunicação e no projeto gráfico do livro do que na qualidade do seu conteúdo. Eles destacam, ainda, que a maioria de suas publicações contemplam erros de tradução e revisão, e que alguns *booktubers*, por serem parceiros, não tornam públicos tais problemas. A editora também foi criticada em um vídeo em que Tatiana Feltrin coloca em debate diversas nuances do mercado editorial. Os seguidores comentam:

Seguidor 1: *Sabe o que é tristeza? Aqueles livros fabulosos da DarkSide possuem, sem exceção, vários erros de revisão. Você aí que tem um volume, confira.*

Seguidor 2: *verdade!!!!!!*

Seguidor 3: *SIM!! Dá a impressão de que foi feito tudo correndo, de qualquer jeito, pra lançar logo e manter o Hype. Muito triste mesmo. Mas ainda assim, e isso é um ponto em que eu gosto de comparar a darkside com as outras, eu acho muito legal que eles conseguem realizar projetos muito caprichados, que depois saem com um preço de capa muito mais acessível do que o de um da **finada Cosac Naify**, por exemplo. Dá pra comprar um livro da Darkside por 30 reais e ficar besta com aquele design todo, e pagar 40, 50, num cia das letras reto, insosso. sem nada de mais.*

Seguidor 4: *Verdade. Mas também tem que considerar que a Cosac era cara, mas você podia confiar de olhos fechados que a tradução e revisão seriam impecáveis, a qualidade era em todos os aspectos. Adoro a darkside, amo que ela tenha todo esse capricho com a parte artística do livro, mas não sei se isso compensa abdicar da qualidade do texto :/*

Seguidor 1: *Cara, mesmo todo aquele glamour não compensa os erros. É frustrante você estar lendo o “A Noiva Fantasma” e achar erros de revisão no descritivo da autora. E esse livro teve dois revisores. Mas muita gente não fala, não reclama. Acha “normal” um errinho ou outro por causa da qualidade e dinheiro gasto no livro. Como se admitir que tá horrível carimbasse na cara da pessoa um “enganado”. E ninguém quer se sentir assim.*

Dentre as questões levantadas, Tatiana se pergunta se as edições populares, com qualidade inferior relacionada ao material utilizado e ao projeto editorial – “capa mole, folha branca” – chamam, de fato, a atenção dos leitores. Indaga se a “‘inferiorização’ do produto final livro [...] faz com que mais pessoas leiam [...]”. Os seguidores, por sua vez, acreditam que “é óbvio que livros mais baratos são mais atrativos” para aqueles que não dispõem de muitos recursos financeiros. O Seguidor 5 alega que há “casos e casos” quando o assunto são livros de edição econômica. Destaca que as edições da L&PM, apesar de serem econômicas e vendidas em gôndolas de supermercados, não deixam a desejar em relação à qualidade do seu conteúdo. O Seguidor 6 concorda com a qualidade da L&PM, ressaltando que neste segmento há uma editora “sorradeira”: a Martin Claret. O Seguidor 5 concorda, alegando ser “ofensivo” a comparação entre ambas.

A aversão à Martin Claret, compartilhada por Tatiana, se dá pelo fato de que a comunidade sabe que a editora plagiava traduções de obras clássicas. O assunto veio à tona quando a tradutora Denise Bottman compartilhou em seu blog “Não gosto de plágio³³⁶” os “absurdos” cometidos pela Martin Claret. Quando soube do ocorrido, a editora entrou com um processo contra a tradutora. De acordo com os seguidores, a Martin Claret está tentando “limpar sua imagem” investindo em traduções. Contudo, a partir de uma rápida pesquisa no Google, é

³³⁶ Disponível em: <<http://naogostodeplagio.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

possível perceber que a imagem da editora está profundamente afetada pelos deslizes cometidos no passado. Na primeira página de buscas do Google sobre a Martin Claret, destacam-se reportagens e publicações sobre plágio e “picaretagem editorial”.

Tatiana também coloca em debate se os livros mais vendidos no Brasil são relevantes, se serão lidos daqui a 100 anos ou serão esquecidos, se tais títulos valem o valor médio de um livro no Brasil de acordo com o Instituto Nielsen (2016, online) – 35,78. Os seguidores pensam que a discussão sobre a relevância de cada título é “falha”, uma vez que não é possível discernir hoje se esses livros são relevantes ou não. O Seguidor 7 comenta: “*eu acho que para fazer um livro, ele não precisa ser relevante para daqui 100 anos. Se vc for analisar um livro como O Retrato de Dorian Gray, se este livro tivesse sido publicado atualmente iam falar: - Oscar Wilde é escritor de modinha [...]*”.

A *booktuber* faz tal constatação ao perceber que na lista dos mais vendidos constam *best-sellers* que terão uma versão cinematográfica, o que revela uma “movimentação” do circuito midiático em torno do livro. Contudo, sabe que algumas editoras publicam livros que possuem potencial de vendas para poderem publicar livros com pouco apelo popular, mais focados em determinado assunto. Esta é uma das formas das editoras conservarem a bibliodiversidade frente às adversidades do mercado editorial.

Neste viés, Tatiana revela que faz pareceres para editoras de livros que possuem grande vendagem nos Estados Unidos e na Europa. *A grosso modo*, dependendo da opinião dos pareceristas, a editora decide se entra ou não na disputa pelos seus direitos autorais para a sua publicação no Brasil. Isso torna visível duas características do mercado editorial brasileiro: poucos são os livros de autores estrangeiros traduzidos e publicados no país; os que são, constam na lista dos mais vendidos no mercado exterior. Em solo brasileiro, os livros são cercados por estratégias de *marketing* para que as vendas aconteçam. Dentro de tal lógica, Tatiana entende sua responsabilidade enquanto influenciadora nos hábitos de consumo e leitura dos seus seguidores, pois compreende que os leitores aguardam alguém com opiniões nas quais eles confiam exporem suas percepções acerca de tal livro antes de decidir pela leitura e pela compra. Conforme destaca a *booktuber* – “*livro é caro*”.

Há outros segmentos de mercado que também encontram na comunidade *booktube* um modo de acesso aos leitores, divulgando produtos de seu interesse. Durante o período de análise, observei *merchandising* do *App Animo Harry Potter*, de lojas que comercializam miniaturas colecionáveis, de empresas que produzem caixas surpresas, como a Turista Literário, de artesões e artistas que produzem marcadores de página e capas para livros, de companhias relacionadas ao audiovisual, como a MegaPix e a Paramount, além de livrarias e distribuidoras

como a Saraiva e a Amazon. É notório que esta última investe nas parcerias com os *booktubers* de forma ampla, gerando percentagens de lucro a partir de compras em *links* específicos, envio de *kits* de livros e *e-readers*, patrocínio de projetos, entre outras ações.

Em suma, no decorrer deste capítulo tornou-se perceptível que os *booktubers*, conversando sobre livros no YouTube, revelam seu “eu”. Um “eu” que não se limita apenas ao seu lado leitor. Quando falam sobre livros, Tatiana, Eduardo e Victor também nos falam sobre sua vida, sua família, sua casa, sua história, suas memórias, sobre os seus saberes no campo da literatura, e no campo tecnológico. Conforme mencionado por Schwalbe (2013), esta é uma das coisas que os livros fazem: auxiliam a falar. Relatando sobre seus gostos e suas leituras, os *booktubers* refletem sobre o ato de gostar percebem-se gostando, compartilhando conosco esta reflexão. Suas características, assim como aquilo que consomem, revelam suas fachadas pessoais e sociais. Sua representação do eu acontece enquanto ação, enquanto performance. Aquilo que o *booktuber* narra sobre si, relacionando-se ou não com a cultura literária, é parte integrante da constituição do indivíduo enquanto *booktuber*.

Sua construção de si também se altera no tempo, expressando suas competências literárias ao traçar a sua trajetória enquanto leitor. Um leitor que está presente no YouTube, que possui também competência tecnológicas e culturais para usufruir da plataforma enquanto rede social, enquanto espaço de conversação. Esta competência ou, em outras palavras, este letramento, é construído coletivamente, no qual os integrantes da comunidade, além de manterem o seu próprio canal, também auxiliam os demais, partilham saberes, fortalecendo e desenvolvendo o grupo como um todo. A relação entre os *booktubers* e a plataforma também estabelece o modo como a rede social é constituída. Ou seja, se por um lado o *booktuber* subverte o YouTube, tornando-o uma rede social a partir de funcionalidades que não eram previstas por seus idealizadores, o YouTube também atua na estruturação dos canais.

Observando as os gostos, as experiências, práticas e hábitos de leitura, compreendo que esta é uma prática individual e coletiva. Possui nuances que particularizam cada leitor, como por exemplo, os sentimentos despertados por determinada obra. Mas, por outro lado, também é uma prática coletiva, que precisa do outro como complemento ou contraponto. O gosto pela leitura é o gosto por um conjunto dotado de elementos que estão, por vezes, em negociação entre os integrantes da comunidade e entre esta e outras instancias, como o mercado editorial. No próximo capítulo, analiso mais atentamente as temáticas que as interações e conversações se desdobram no *booktube*, entendendo também como a conversação ocorre, nutrida tanto por afetividades quanto por conflitos e negociações.

7 “A LEITURA É ALGO MUITO PESSOAL E EU ACHO QUE QUANDO A GENTE COMPARTILHA SOBRE ELA, A GENTE ACABA COMPARTILHANDO UM POUCO SOBRE A GENTE MESMO”

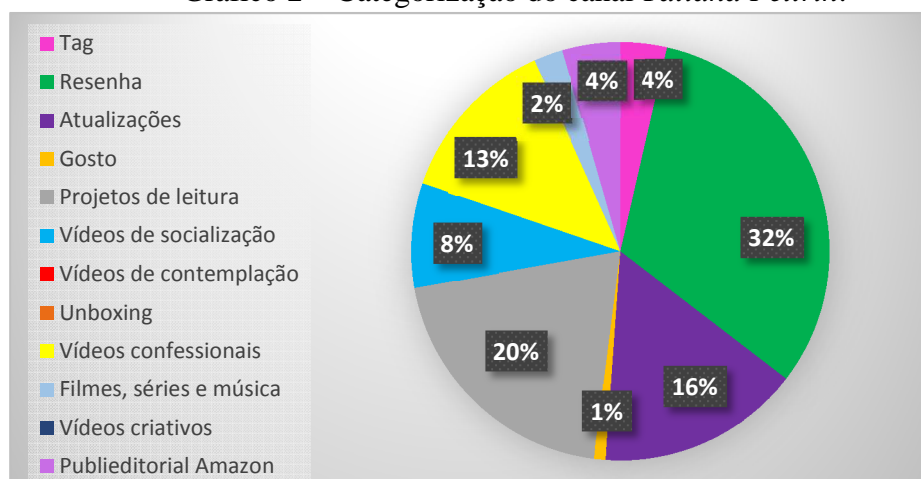
Dedico-me, neste capítulo, a apresentar e compreender os processos comunicativos na comunidade *booktube*. Para tanto, reconstruo as categorias de conteúdos dos vídeos produzidos, no período de um ano, pelos três *booktubers* selecionados. A partir disso reflito sobre a conversação desenvolvida pela comunidade, assim como sobre as expressões, conflitos e negociações que as constituem.

7.1 Os conteúdos produzidos pelos *booktubers*

Como explicitado no capítulo metodológico, os conteúdos dos vídeos produzidos no período de um ano, nos três canais, foram organizados em doze categorias que expressam distinções em termos de sua natureza. Já de início, destaco que a afirmação de que um *booktube* é um canal no qual são publicadas resenhas de livros é simplista: basta observar a diversidade de conteúdos produzidos no período analisado para dar-se conta disto. Também é perceptível que cada *booktuber* se foca nas modalidades de conteúdos que mais o convém ou com as quais possui maior afinidade. Ao observar os conteúdos produzidos, também compreendo suas características, seus gostos e hábitos. Aprendo as temáticas de interação e conversação em torno das quais os vídeos podem desmembrar-se. Início com a explicitação das categorias de conteúdos que mais se destacaram nos três *booktubes* analisados, mostradas nos Gráficos 2, 3 e 4 para, depois, detalhar cada categoria.

No canal de **Tatiana Feltrin** destaco, como mostra o Gráfico 2, os principais conteúdos produzidos e divulgados são as resenhas (32%), vídeos dedicados à explanação e conversação acerca de uma ou mais obras, seguido dos projetos de leitura (20%), nos quais esmiúça-se a narrativa de uma obra canônica.

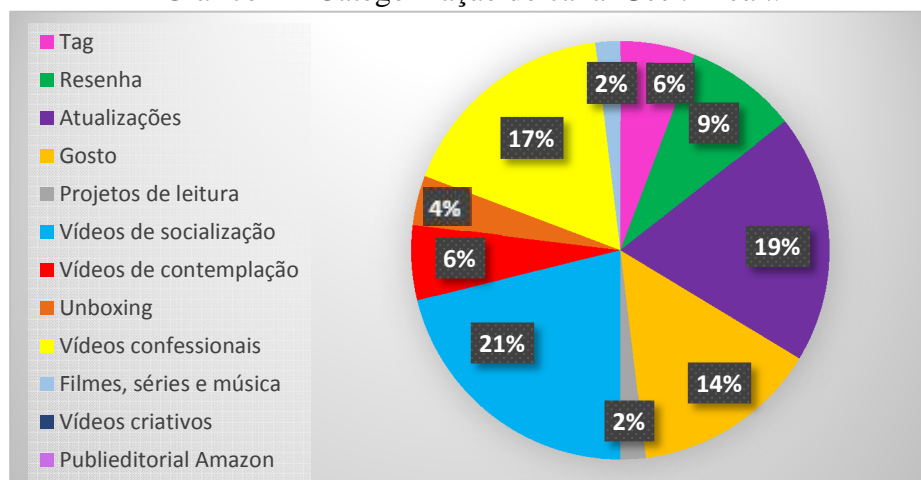
O canal *Perdido nos Livros*, de **Eduardo Cilto**, é composto por conteúdos diversos, divertidos e criativos. Seus focos principais são as atualizações (21%), vídeos nos quais explana sobre preferências relacionadas aos livros, inseridas na categoria gosto (14%) e vídeos sobre demais produtos da Indústria Cultural, tais como filmes, séries e música (14%).

Gráfico 2 – Categorização do canal *Tatiana Feltrin*.

Fonte: Elaborado pela autora.

Gráfico 3 – Categorização do canal *Eduardo Cilto | Perdido nos livros*.

Fonte: Elaborado pela autora.

Gráfico 4 – Categorização do canal *Geek Freak*.

Fonte: Elaborado pela autora.

Já o canal de **Victor Almeida** foca-se nas categorias vídeos de socialização (21%), atualizações (19%) e vídeos confessionais (17%). Os vídeos confessionais, são aqueles nos quais os *booktubers* falam sobre suas características, reflexões, peculiaridades e informações. Os de atualizações são aqueles nos quais atualizam seus seguidores sobre seus hábitos de leitura e consumo de livros. Diferentemente dos demais, Victor utiliza as nomenclaturas padrões da comunidade para nomear seus vídeos, ou seja, *TBR*, *Book Haul*, *Wish list*, etc³³⁷.

Praticamente todo livro lido por **Tatiana Feltrin** gera um **vídeo resenha**³³⁸. A nomenclatura “resenha” foi ressignificada na comunidade, uma vez que os *booktubers* possuem o discernimento de que uma resenha, em termos acadêmicos, tem uma estrutura padrão alinhando-se a determinadas normas. No *booktube*, intitula-se vídeo resenha aquele em que se relata de modo mais aprofundado e ponderado os principais aspectos de uma ou mais obras. Entretanto, tal vídeo não segue as normas padrões estabelecidas para a elaboração de uma resenha tradicional, visto que não se propõe a isto.

Nos vídeos resenha, Tatiana geralmente relata a aquisição da obra – se foi uma compra, um presente, enviado pela editora, etc –, argumenta sobre a história/conteúdo e sobre suas impressões. Alguns livros são tão marcantes que seus trechos preferidos são lidos por ela em voz alta, para então, ponderar sobre seus significados. Utiliza expressões como “*livro fraco*”, “*livro mal escrito*”, “*livro fuén*” para argumentar sobre um livro que não lhe agradou e expressões como “*livro incrível*”, “*leitura sensacional*”, “*espetacular*”, “*pelo amor de deus leia esse livro*”, “*para tudo e vai ler esse negócio*”, “*livro preferido da vida*”, “*livro delicioso*”, “*livrão*” quando uma leitura lhe agrada profundamente. Uma destas leituras foi *O mundo assombrado pelos demônios* (Carl Sagan)³³⁹. Na abertura do vídeo com a introdução sobre o assunto, declara:

Pensa num livro tão incrível, mas tão incrível que assim que você termina de ler você sente uma vontade terrível de reiniciar a leitura imediatamente. Que trata de tantos assuntos tão incríveis que você tem vontade de decorar absolutamente todas as informações contidas nele. E que também te dá muita vontade de ligar pra todos os seus amigos e familiares e sair discutindo todos aqueles assuntos. Que te instiga a estudar mais e a prestar mais atenção às coisas que acontecem ao seu redor. E que é tão incrível que você quer que todo mundo leia: O mundo assombrado pelos demônios, de Carl Sagan.

Ela explica que esta é uma obra de não-ficção na qual o autor, através de uma “*narrativa deliciosa*”, desmistifica alguns demônios das eras passadas e atual a partir de experiências

³³⁷ A explicação sobre tais termos consta no Quadro 1 e no decorrer deste capítulo.

³³⁸ Sobre as normas para a elaboração de resenhas ver em Martins; Zilberknop (2002).

³³⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/NFCpnlSON3o>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

próprias e pesquisas diversas. Ela explana sobre como a sociedade criou diversos deuses para explicar coisas que não compreendia – Por que chove? Por que venta? Esses deuses podem ser entendidos como deuses das lacunas e, apesar de toda a evolução científica, ainda acreditamos que algumas coisas possuem explicações “paranormais”. Para o autor, isso acontece principalmente quando somos analfabetos científicos. Deste modo, desmistifica temas como paralisia do sono, inquisição, assassinatos brutais de mulheres, histeria coletiva, astrologia, quiromancia, bruxas, técnicas de tortura, etc. Tatiana separa alguns trechos para serem lidos ou comentados no decorrer do vídeo, tocando em assuntos nos quais a reflexão é necessária, tal como a relação entre fome e aprendizado:

Ele vai dizer uma coisa bem óbvia, mas que a gente não leva em consideração e enfim, ele vai dizer o seguinte: quando uma criança é subnutrida ela tem pouco poder de concentração. Se você não se concentra, você não aprende. Então, as crianças subnutridas não aprendem como as crianças bem alimentadas. [...] Vamos supor que a criança foi subnutrida durante a primeira infância mas a vida melhorou, a família conseguiu bens e etc.... Essa criança passou a ser bem alimentada dali pra frente. Esquece, o dano já tá feito. Então, dentre aqueles direitos básicos do ser humano, a boa alimentação tem que vir junto com a boa educação. [...] Pense nisso.

Esta é uma releitura realizada a partir de uma série de vídeos intitulada por Tatiana de “Você Escolhe”, entendida nesta pesquisa como **vídeo de socialização**, pois é o espaço no qual a *booktuber* oportuniza aos seguidores a escolha de uma determinada leitura. No início de cada mês, ela posta um vídeo com as opções do “Você Escolhe”, que são geralmente compostas por cinco livros. Neste, o seguidor comenta qual livro gostaria que Tatiana lesse, sendo que o mais votado dentre os comentários é o livro que será lido.

Sua primeira leitura havia sido realizada em um exemplar da biblioteca há muito tempo. Já a releitura procedeu-se em um exemplar presenteado por um seguidor. Diferentemente da primeira leitura, esta foi norteadas pelas marcações: “*esse é o meu volume e eu pude rabiscar à vontade, rá*”. A *booktuber* comenta que os leitores precisam conhecer Carl Sagan, falando sobre outra obra que havia lido e resenhado, intitulada *Contato*, e a série *Cosmos*, apresentada pelo autor. Comenta que para este, precisamos desenvolver o pensamento crítico, analisando e ponderando as informações que chegam até nós como verdades absolutas.

Tatiana afaga seu exemplar e constata: “*toda vez que eu leio um livro dele eu tenho vontade de dar um abraço nele e agradecer, sabe*”. Através dos comentários, seus seguidores explanam sobre suas impressões a partir da leitura ou da assistência do vídeo, fazem comparações e comentários às resenhas. Percebo, também, um auxílio entre os próprios

seguidores, pois alguns respondem as perguntas nos comentários do vídeo ou comentam onde os leitores podem encontrar a obra.

Seguidor 1: *Essa questão de que o ‘analfabetismo científico’ é o que gera a busca ou crença em outras modalidades de saber (religião) me lembrou o argumento de Nietzsche sobre a morte de Deus nas sociedades ocidentais.*

Seguidor 2: *Pra quem interessar, este livro está disponível em domínio público podendo ser baixado em formato ePub gratuitamente.*

Seguidor 3: *Tinha o livro aqui e estava com preguiça de ler, mas você me convenceu! Resenhas maravilhosas <3*

Eduardo Cilto e Victor Almeida possuem menos vídeos específicos de **resenhas** que Tatiana, produzindo também vídeos em que combinam resenhas de dois exemplares³⁴⁰ ou que selecionam uma temática específica para conversar sobre a obra, caso dos vídeos intitulados *O que eu não gostei em [...]*, *5 motivos para ler [...]* e *Vale a pena ler [...]*?. Vitor Martins e Victor Almeida perceberam que, em seus canais, vídeos com apenas uma resenha gera poucas visualizações, pois é focado em um interesse específico, atraindo atenção de poucos seguidores. Determinados livros necessitam de um vídeo específico de resenha para que se possa esmiuçar seu conteúdo, mas outros podem ser resenhados em conjunto. Para Victor Almeida, “*resenha dupla é uma ótima, dá muito mais visualização do que resenha comum*”³⁴¹.

Depois das resenhas, Tatiana Feltrin foca-se nos **projetos de leitura**, nos quais dedica-se à leitura de obras canônicas, geralmente com uma grande quantidade de páginas. No período analisado, desenvolveu os projetos de leitura *Lendo Guerra e Paz* (23 de dezembro de 2015 – 06 de maio de 2016)³⁴², *Lendo O Tempo e o Vento* (07 de agosto de 2015 – 12 de dezembro de 2015)³⁴³ e *Lendo Proust* (30 de maio de 2014 – 01 de agosto de 2015)³⁴⁴. Cada projeto contempla uma *playlist* de vídeos específica no seu canal, composta por uma apresentação/explicação do projeto, seguido por vídeos sobre a leitura. Tatiana relata que começou a ler a obra de Proust ainda na adolescência, depois de encontrar um volume de *Em busca do tempo perdido* na biblioteca que frequentava. Apesar de discordar da maioria dos leitores que consideram Proust “chato”, não deu continuidade à leitura dos demais volumes porque a série da biblioteca estava incompleta e, na época, a *booktuber* não dispunha de recursos financeiros para adquirir os exemplares que faltavam.

³⁴⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/e2F4QrLKvKI>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

³⁴¹ Disponível em: <<https://youtu.be/LxXEVklxI9Q>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

³⁴² Disponível em: <<https://goo.gl/BLr65g>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

³⁴³ Disponível em: <<https://goo.gl/NuS6Ew>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

³⁴⁴ Disponível em: <<https://goo.gl/ueLcBU>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

Em 2006, andando por uma livraria, encontrou o primeiro volume da série – *No Caminho de Swann* – que havia sido relançada pela Globo Livros através do selo Biblioteca Azul. Na época, noticiou-se que a editora lançaria um livro por ano e assim foi. A cada lançamento, Tatiana ia até a livraria e adquiria seu exemplar. Apenas quando adquiriu o último volume deu início ao projeto, não estipulando como seria o ritmo de leitura das 3.924 páginas que os setes volumes totalizam, mas destinou as sextas-feiras para os vídeos sobre esta leitura, assim como para os demais projetos sobre as obras *Guerra e Paz* e *O Tempo e o Vento*. Deste modo, toda sexta-feira seus seguidores poderiam acompanhar e conversar sobre a obra de Proust, Tolstói e Veríssimo.

Ao findar o projeto, Tatiana lamenta não ter podido completar esta leitura aos 16 anos. Relata que, ao ler sobre o tempo perdido de Proust, também refletiu sobre o seu próprio tempo perdido. Acompanhou o autor através dos setes volumes e, ao concluir a leitura do último, entendeu que esta é uma obra cíclica, pois o último livro conecta-se ao primeiro, proporcionando ao leitor uma vontade, “*um certo comichão*”, de começar a releitura da obra imediatamente. A *booktuber* diz que deseja reler a série quando estiver mais velha, mas com um ritmo mais intenso, eximindo-se de leituras paralelas. Além de tornar *Em busca do tempo perdido* conhecido na comunidade, Tatiana também transmite aos seus seguidores os sentimentos positivos e as experiências que teve no decorrer da leitura. “Desmistifica” a chatice de Proust, despertando naqueles que assistiram seus vídeos o desejo de conhecer a obra do autor, tal como é possível observar nos comentários do vídeo de conclusão do projeto:

Seguidor 1: *Me espelhei a iniciar o “Lendo Proust” por causa da Tatiana Feltrin.*

Seguidor 2: *Tatiana, vim aqui te agradecer por indicar este livro incrível, terminei de ler essa obra sensacional HOJE, 1 ano lendo Proust que valei muito a pena.*

Seguidor 3: *Muito grato pelos vídeos, deixando-me super animado para realizar o mesmo projeto.*

Seguidor 4: *Ai Tati você faz a vida parecer tão simples e feliz... mesmo sem intenção acho. Te adoro por isso <3.*

Seguidor 5: *Além de adorar o que ela fala sobre os livros, a Tati consegue inspirar qualquer um a lutar pelo o que quer sabe ;) Interessante isso, e incrível. Te adoro Tati <3.*

Seguidor 6: *Opa, seus vídeos me fizeram acompanhar várias promoções desde o ano passado para comprar essa coleção! haha*

Seguidor 7: *Deu uma baita vontade de ler Proust ;))*

Nos comentários deste vídeo, também constavam questionamentos se o próximo projeto de leitura seria a obra de Érico Veríssimo. De fato, após a conclusão do projeto *Lendo Proust*, Tatiana iniciou o projeto *Lendo O Tempo e do Vento*, ressaltando que, na verdade, trata-se de uma releitura, pois a saga é uma de suas “preferidas da vida”. A *booktuber* entrou em contato com a obra quando era ainda muito jovem, conhecendo-a através de uma minissérie³⁴⁵ exibida na Rede Globo na década de 80, também intitulada *O Tempo e o Vento*. Alguns anos depois, precisou fazer a leitura de *Ana Terra* para uma atividade escolar, lendo na sequência *Um certo capitão Rodrigo* por ter gostado da primeira leitura. Um dos professores de Tatiana a viu lendo este livro e lhe contou que as duas histórias são episódios dentro da saga *O Tempo e o Vento*, que na época era uma trilogia composta por *O Continente*, *O Retrato* e *O Arquipélago*, todos lidos pela *booktuber* posteriormente.

Em 2000, a obra foi reeditada pela Companhia das Letras não mais em três, mas em sete volumes – *O Continente volume I e II*, *O Retrato volume I e II*, e *O Arquipélago volume I, II e III*. Para Tatiana, a mudança foi positiva, uma vez que os livros eram relativamente grandes – “*gorduchos*” – e com fonte pequena, o que dificultava a leitura. Assim como a obra de Proust, a obra de Érico Veríssimo foi sendo adquirida ao longo dos anos. A *booktuber* menciona os comentários dos seguidores sobre a realização do projeto, instigando-os a participar junto com ela da leitura: “*Bora lá tirar o livro da estante e vamos começar*”.

Ao final do projeto, Tatiana comenta o quão incrível é a obra de Érico Veríssimo, lê alguns trechos do último volume e expõe que a obra reflete a política do tempo em que a história ocorre – a Era Vargas. Destaca que espera que seus seguidores também tenham contato com esses “*livros sensacionais*”, agradecendo a participação destes durante essa experiência. Os seguidores também agradecem à *booktuber* pela companhia e o incentivo: “*Amei essas leituras, Tati! Sempre quis ler, mas se não fosse pela sua iniciativa, não teria lido tão cedo! Sou muito grata, porque foi uma leitura muito amor ♥*”; “*Passando pra dizer que acabo de terminar a leitura dessa saga maravilhosa (que já deveria ter lido há muito tempo) e tbm passando para deixar um obrigado por esse projeto lindo que vc deixou aqui no canal Tati!*”.

Algumas vezes os leitores acabam esquecendo que possuem determinados exemplares, redescobrimo as obras quando mechem em suas estantes; tal como mencionado por Schwalbe (2013), os livros algumas vezes se escondem em pulôveres. Foi organizando e encaixotando os seus exemplares durante sua mudança do Rio de Janeiro para São José dos Campos que Tatiana percebeu a grande quantidade de livros do Tolstói ainda não lidos que estavam na sua biblioteca.

³⁴⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/tTR6Xw>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

Havia um box com a obra *Guerra e Paz* em dois volumes ainda embalada, um de contos completos composto por três volumes, a novela *Padre Sérgio e Ressureição*. Estes são os livros que acompanharam Tatiana na mudança, mas outros ainda estavam na casa dos seus pais.

Este foi um dos incentivos para a *booktuber* iniciar o projeto *Lendo Guerra e Paz*³⁴⁶, dedicando-se à leitura da obra e dividindo-a com os seguidores. Ressalta, contudo, que esta não é a primeira vez que tem contato com a história. Quando mais nova, leu o primeiro tomo em um livro emprestado da biblioteca, não dando continuidade à leitura porque o restante da obra não constava no acervo. Comenta ainda que nesta época também assistiu ao filme, então discerne sobre o desfecho da narrativa, fato que não interfere em sua nova experiência, reiniciada desde a primeira página do primeiro volume. Tatiana fez um *unboxing* do seu box, explorou os dois exemplares, descobrindo que a obra é composta por quatro tomos dividida em dois volumes e, deste modo, havia lido não um, mas dois tomos – “*várias revelações nesse momento*”. Analisando a edição e a diagramação, comenta: “*finada Cosac sabia fazer coisas bacanas*”³⁴⁷.

Os seguidores se empolgaram tanto com o novo projeto de leitura quanto com o fato da *booktuber* ter se mudado para o interior de São Paulo. Os que se referem à obra, comentam que vão acompanhar o projeto – “*Oi Tati! Acompanho vc há algum tempo, e acabei de comprar Guerra e Paz! Comprei já pensando em acompanhar aqui com vc, nessa playlist :) [...]*”, “*Finalmente um projeto que vou acompanhar \o/*”, “*Tô só esperando o meu chegar para começar a maratona junto com vocês =)*”, “*Comprei meu box na BF*³⁴⁸ *e vou ler com você! Vamos ver se assim sai essa leitura!*” –, e que estão pesquisando o box para aquisição – “*Por quanto vocês compraram essa edição da Cosac na Black Friday?*”. Há apenas um comentário que destoa dos demais e desencoraja a referida leitura – “*Perda de tempo. Não gostei do livro. Muito maçante*”. No seu vídeo de conclusão³⁴⁹, seus seguidores agradecem a companhia da *booktuber* durante a leitura, debatem sobre o desfecho da história, sobre determinados personagens, sobre a experiência da leitura conjunta e em como esse modo de ler manteve a motivação para que o livro não fosse abandonado.

Seguidor 1: *Perfeito seus comentários sobre o final do livro. Tive a mesma sensação sobre o final dessa saga.*

³⁴⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/yntmF0>>. Acesso em: 30 out. 2016.

³⁴⁷ Os seguidores e *booktubers* referem-se à editora Cosac Naify como “*finada Cosac*” porque esta encerrou suas atividades no final de 2015, fato que foi lamentado na comunidade.

³⁴⁸ BF é a abreviação utilizada pelos seguidores para Black Friday.

³⁴⁹ Disponível em: <https://youtu.be/R_Hpd4r1wdw?list=PLv45MJLr5JgDXEbdPRklIEv4wwehHIPf0>. Acesso em: 30 out. 2016.

Seguidor 2: *acho que tolstoi nao se esqueceu da natacha ao longo da historia, nao, ela foi sempre bem presente (embora para mim nao seja uma personagem de importancia).*

Seguidor 3: *Terminei! Ufa. Livro sensacional. Concordo com várias idéias que você expôs. Realmente o final da Natacha é meio nhe..*

Seguidor 4: *adorei ler contigo, no proximo estarei junto*

Seguidor 5: *Finalmente terminei Guerra e paz!! beeeeeemmmmmmm atrasada em relação ao projeto.... mas o que importa é terminar, certo? Tati obrigada por esse projeto espetacular realmente foi otimo ler esse livro e ver suas impressões da leitura!*

Seguidor 6: *Oh! Tati, que leitura, hein? Que livrão! (como vc mesma fala rsrs) Me senti tão feliz de ter conseguido terminar esse projeto!*

Seguidor 7: *Tati, amei a experiencia dessa leitura conjunta! Foi um dos motivos que me animaram a não parar de ler qdo o livro perdia ritmo. Adorei ler um clássico dessa importancia. E espero ler mais coisas do Tolstoi !!! Parabens e até o proximo projeto :).*

Seguidor 8: *Concordo com você em relação à obra ser completa. Aliás, considero Guerra e Paz, depois de Em Busca Do Tempo Perdido, a obra mais "completa" da literatura.*

Os três projetos tratam-se de diários de leitura. Toda sexta-feira, a *booktuber* compartilha com seus seguidores a evolução da sua leitura, comenta o que está achando da obra, lê alguns trechos e faz ponderações e questionamentos sobre seu conteúdo. Diferentemente dos vídeos resenhas, os diários de leitura possuem revelações de conteúdos da história que podem ser considerados *spoiler*, fato que é alertado pela *booktuber*. Seu objetivo é conversar e debater com os seguidores não ao final da experiência de leitura, mas durante o seu percurso. Quando os seguidores decidem por ler e acompanhar Tatiana durante a leitura, eles praticam um modo de *buddy read*, prática em que amigos escolhem uma leitura para ser debatida em conjunto durante o processo, diferentemente de um clube do livro, onde se debate sobre a leitura após sua conclusão.

Tatiana motiva e instiga aqueles que a assistem a também lerem a obra, compartilhando os sentimentos e as percepções que foram despertadas durante a leitura através dos comentários no vídeo. Mesmo que um seguidor não leia de fato as obras às quais os projetos se referem, tornam-se mais próximos às histórias por intermédio do *booktube*. Nada substitui a experiência da leitura, o contato com o livro, o virar das páginas. Logo, os vídeos não atuam como substitutos para o ato de ler, mas como um despertar, instigando leituras futuras ao mostrar o quão relevante e atual uma obra clássica pode ser.

Para além deste tipo de projeto de leitura, há projetos diferentes e diversos na comunidade *booktube*. Um deles foi desenvolvido por Victor Almeida em parceria com os

booktubers Vitor Martins, Léo e Nathi, intitulado *O livro Viajante*. Trata-se de um modo diferenciado de utilização das anotações e marcações. Victor Almeida explica:

[...] *O que nós vamos fazer aqui é basicamente um livro viajante [...] é aquela história de você ler o livro e colocar no correio pra próxima pessoa ler. Pense como um livro viajando pelo Brasil e sendo amado por todos. Mas a gente escolheu fazer uma coisa um pouco mais arriscada e desapegar um pouco dessa santidade do livro. A gente vai fazer um livro viajante só que cada um que pegar o livro, vai anotar no livro, escrever, marcar com marca texto, com post-it, tudo [...] A gente vai amar o livro, né gente. [...] A gente tem certeza que vai ser muito legal ler um livro que a pessoa anterior já leu e escreveu o que ela achou, então a gente vai tá lendo o livro mais a opinião [...].*

Vitor Martins complementa, alegando que o projeto “[...] *é tipo um livro com notas de rodapé só que com notas de rodapés maneiras [...]*”. Victor Almeida ressalta: “[...] *o livro que eu escolhi pra mim eu vou ser a quarta pessoa a ler né. Porque vai começar rodando e quando chegar em mim eu vou ter o livro que eu quero ler, amado, cheio de notinha de rodapé [...]*”. Neste projeto, as marcações e anotações são uma forma de “amar o livro”, no qual são deixadas as impressões que a leitura causou no leitor e estas, por sua vez, complementarão a experiência de leitura do seguinte leitor.

Tatiana Feltrin é a única dentre os três *booktubers* analisados que produz vídeos especialmente dedicados a **publieditoriais para a Amazon** e que expressa essa informação tanto verbalmente – ao declarar que o vídeo é um publieditorial – quanto visualmente ao inserir na descrição dos vídeos a palavra #publi ou #publieditorial. Dentre eles, há os vídeos *PROMOÇÃO: Semana do Consumidor na Amazon Br!* ³⁵⁰ e *Livros exclusivos da Amazon Br* ³⁵¹. Observo que o conteúdo dos vídeos é pautado pela empresa; por isso Tatiana tem o cuidado de ressaltar tratar-se de um publieditorial. São nestes vídeos que a *booktuber* comenta sobre o “*maravilhoso mundo dos e-books*”. Apesar de realizar constantemente leituras em versão digital, este não é o aparato mais utilizado, nem por Tatiana nem pelos demais integrantes da comunidade. Noto, assim, que a presença dos *e-books* e *e-readers* no *booktube* se dá, basicamente, através das estratégias de comunicação da Amazon, que também possui parcerias com Eduardo Cilto e Victor Almeida.

O conteúdo que mais se destaca no canal de **Eduardo Cilto**, conforme observado no Gráfico 3, são as atualizações (21%) e os vídeos sobre filmes, séries e músicas (14%). As **atualizações** são vídeos nos quais os *booktubers* comentam com seus seguidores novas aquisições, novas leituras, novos presentes, etc. Para cada tipo de atualização há uma

³⁵⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/q1Ot85ziAag>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

³⁵¹ Disponível em: <<https://youtu.be/yqdPSDRDxqw>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

nomenclatura específica. Os vídeos intitulados *Book Haul* são aqueles em que os *booktubers* mostram os livros novos – comprados, trocados, ganhados ou enviados pela editora ou pelo autor. Como são livros que ainda serão lidos, fala-se pouco acerca de cada um deles, geralmente apenas informações contidas na sinopse da obra, que foram enviadas com os livros presenteados, ou aquilo que se comenta na comunidade. A maioria dos *booktubers* nomeia seus vídeos com essa nomenclatura, tal como Victor. Outros, como Tatiana e Eduardo, adotaram nomes diferenciados, respectivamente *Caixa Postal 2015* e *Livros que recebi em [...]*. Nos vídeos de Tatiana e Victor, também são mostrados os presentes – que não se tratam de livros – enviados por editoras ou por seguidores.

Nos vídeos intitulados *Bookshelf tour*, os *booktubers* atualizam seus seguidores sobre as obras que constam nas suas prateleiras. Geralmente são vídeos longos, nos quais explanam brevemente sobre cada título, mencionando algumas vezes o modo de organização da estante. Por terem uma quantidade significativa de exemplares, esse tipo de conteúdo costuma ser fracionado em mais de um vídeo, tal como os vídeos compartilhados por Tatiana Feltrin³⁵². Eduardo Cilto intitula seus vídeos de *Bookshelf tour* como *Tour pela minha estante*³⁵³, comenta quais são os livros lidos e não lidos, o que achou da leitura e aspectos do livro enquanto objeto, incluindo capa, cores, diagramação, etc. Os *booktubers* geralmente não aparecem no enquadramento deste tipo de vídeo, pois o foco são as obras em si e sua disposição nas estantes, fato que pode ser observado na Figura 28. A presença dos *booktubers* é percebida através da mão que retira e recoloca o livro na prateleira e da voz narrando a ação.

Figura 28 – *Bookshelf tour* de Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto e Victor Almeida.



Fonte: <https://youtu.be/ATp2y9ie-vI>, <https://youtu.be/1aELXtyP3pI> e <https://youtu.be/1aELXtyP3pI>.

Wish list são os vídeos nos quais os *booktubers* falam sobre sua lista de livros desejados. Nestes, explana-se sobre lançamentos de editoras, publicações de novos livros de autores preferidos, livros estrangeiros traduzidos e publicados no Brasil, continuações de sagas, séries,

³⁵² Disponível em: <<https://youtu.be/Sowy4Nukzcs>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

³⁵³ Disponível em: <<https://youtu.be/1aELXtyP3pI>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

trilogias, etc. Victor Almeida nomeia seus vídeos com essa nomenclatura, Eduardo Cilto nomeia como *Lançamentos mais esperados de [...]* e Tatiana Feltrin não publica este tipo de conteúdo. Além de atualizar seus seguidores sobre os livros desejados, os *booktubers* também os atualizam sobre o cenário do mercado editorial brasileiro.

Os vídeos intitulados *TBR – To Be Read* – mostram a lista de leituras mensais do *booktuber* ou a lista de leituras que serão realizadas em maratonas. As listas mensais são uma apresentação das leituras que os *booktubers* pretendem fazer no referido mês, o que revela ao seguidor as futuras obras que serão comentadas no canal. Contudo, apesar de perceber esse tipo de vídeo na comunidade *booktube*, os três *booktubers* analisados não o produzem, suas *TBR* são destinadas essencialmente às maratonas literárias.

Quando os *booktubers* propõem uma maratona ou decidem participar de uma, produzem um vídeo apresentando as leituras que foram selecionadas para tal. Esta afirmação pode ser visualizada nos vídeos *TBR: Maratona Literária de Inverno 2016 | Tatiana Feltrin*³⁵⁴, *TBR: Maratona Literária 24 Horas (x2) | VEDA #24*³⁵⁵ (Victor Almeida), *Maratona Literária Vedatona: Apresentação + TBR {VEDA #18} | All About That Book*³⁵⁶ (Mayra) e *TBR | Maratona Literária de Inverno 2015 #1*³⁵⁷ (Pam Gonçalves).

Há também a *TBR Jar*, que trata de recipientes – potes, caixas, vidros, latas – nos quais o *booktuber* guarda nomes de livros escritos em papéis que serão utilizados em algum momento para sortear a leitura a ser realizada. Tatiana Feltrin é adepta desta prática, assim como Mel Ferraz³⁵⁸, Ana³⁵⁹ (canal *Geladeira Literária*), Ju Cirqueira³⁶⁰ (canal *Nuvem literária*), Taís³⁶¹ (canal *Instinto de leitura*) e outros *booktubers*. A *TBR Jar* atua geralmente como um incentivo para que os livros “encalhados” na estante sejam lidos, sendo que a periodicidade do sorteio varia de canal para canal. Para Tatiana, sua função é sortear um livro que consta na sua estante e que está inserido em algum dos seus desafios literários³⁶².

Dentre as atualizações³⁶³ também constam os desafios literários desenvolvidos por Tatiana, sendo eles: *The Rory Gilmore Book Challenge*³⁶⁴, *Desafio 100 livros essenciais da*

³⁵⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/1Bn2ilxtE24>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁵⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/LCzLPIIsh00>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁵⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/YHfyw92bSeE>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁵⁷ Disponível em: <https://youtu.be/_1rs7GgBlqU>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁵⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/hOHZlJfAdNI>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁵⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/EyLs8udjt5M>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁶⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/4qpTftgtVAU>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁶¹ Disponível em: <<https://youtu.be/W4hyxVds4eY>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁶² Disponível em: <<https://youtu.be/rsNn0VGXVSI>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁶³ Disponível em: <<https://youtu.be/WSwePLg5NEM>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁶⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/-QI6suZjPQo>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

*Literatura Brasileira*³⁶⁵ e *Desafio Primeiras histórias*³⁶⁶. Como são realizados durante um longo período – “*a perder de vista*” –, a *booktuber* produz vídeos de tempos em tempos para atualizar seus seguidores de quais livros já foram lidos. O primeiro desafio refere-se à série *Gilmore Girls*, protagonizada por Lorelai Gilmore (Lauren Graham) e Rory Gilmore (Alexis Bledel) – mãe e filha. “*Eu vivo em dois mundos, um deles é o mundo dos livros*” declara Rory Gilmore no episódio em que faz seu discurso de formatura de Chilton³⁶⁷. A personagem é uma leitora voraz, aparecendo em cena quase sempre acompanhada de um livro.

A partir disso, o escritor Patrick Lenton compilou os 339 livros que foram mencionados durante os 153 episódios da série, resultando no *Rory Gilmore Book Challenge*³⁶⁸. Os fãs brasileiros acrescentaram um livro esquecido pelo escritor – a *Bíblia Sagrada* –, compondo o desafio com 340 títulos. (GILMOREGIRLS, 2016, online). Além de Tatiana Feltrin, outros *booktubers* também participam desse desafio, incluindo Mell Ferraz³⁶⁹ (canal *Mell Ferraz Literature-se*), Gabi³⁷⁰ (canal *Querido Julho*), Eduarda³⁷¹ (canal *Maquiada na Livraria*), Laiara³⁷² (canal *Janela de Livros Laiara Lacerda*), Tamy³⁷³ (canal *Litera Tamy*) e Andra³⁷⁴.

O *Desafio 100 livros essenciais da Literatura Brasileira* foi criado por Tatiana com base em uma seleção desenvolvida pela revista *Bravo*. A *booktuber* decidiu realizar tais leituras pelos insistentes comentários em seus vídeos sobre o fato de ela ler pouco literatura brasileira. Apesar de não concordar com esta afirmação, decidiu resolver o problema com auxílio deste desafio. No box de informações do vídeo de apresentação, inseriu a lista dos 100 livros organizados em ordem alfabética para que seus seguidores, caso desejem, acompanhem e participem do desafio. Muitos livros desta lista já foram lidos por Tatiana, mas esta fará suas releituras para que possa gravar vídeos para o canal.

Essencialmente motivados por Tatiana, outros *booktubers* também estão participando deste desafio, como Henrique Júnio³⁷⁵, Adriana³⁷⁶ (canal *Livros & Post It*), Kelly³⁷⁷ (canal *Aventuras na Leitura*) e Tamy³⁷⁸ (canal *Litera Tamy*). Na comunidade, também há o *Desafio*

³⁶⁵ Disponível em: <https://youtu.be/-_JDSPN97Mo>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁶⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/Sxg8oOXJcU>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁶⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/2edLJN0A8b8>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁶⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/JJ5SQWM12aU>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁶⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/emTtJTDRErO>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁷⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/OpazjohhnmM>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁷¹ Disponível em: <<https://youtu.be/Ym4ZPa0EA3k>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁷² Disponível em: <<https://youtu.be/JNEZ6FKamfE>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁷³ Disponível em: <https://youtu.be/GdvL6sG_3qU>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁷⁴ Disponível em: <https://youtu.be/oPeyOVJ2h_I>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁷⁵ Disponível em: <https://youtu.be/b2Q_mHla4fQ>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁷⁶ Disponível em: <https://youtu.be/_Sz-HcLDC9Y>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁷⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/EsMxJaoVfD4>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁷⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/jR9FISHWzx4>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

dos *100 Livros essenciais da Literatura Mundial* desenvolvido por alguns *booktubers* como Kelly³⁷⁹ que, motivada pelo desafio desenvolvido por Tatiana, decidiu averiguar a lista da revista *Bravo* relacionada à literatura mundial. Os *booktubers* Henrique Júnio³⁸⁰, Adriana³⁸¹ e Laiara³⁸² (canal *Janela de Livros*) também participam deste desafio.

A ideia para o *Desafio Primeiras histórias* surgiu após o falecimento de Umberto Eco. Ao saber da notícia, Tatiana se deu conta de que ainda não havia lido *O nome da Rosa*, um importante livro de ficção escrito pelo autor. A notícia também a fez lembrar de uma fotografia³⁸³ em que Ítalo Calvino, Jorge Luis Borges e Umberto Eco tomam um chá. Passado algum tempo, recordou-se novamente da fotografia, decidiu encontrá-la e acabou descobrindo que, na verdade, apenas Ítalo Calvino e Jorge Luis Borges foram fotografados juntos. A fotografia com os três autores existia apenas na sua imaginação. Sendo assim, Tatiana percebeu que poderia imaginar quem ela quisesse naquela mesa de chá. Poderia haver uma xícara para Gabriel García Márquez, outra para José Saramago, para Julio Cortázar, e assim por diante.

Refletindo sobre a fotografia, Tatiana decidiu elaborar um desafio de leitura. Notou, então, que não havia lido a maioria das primeiras histórias publicadas por esses autores e, a partir disso, criou o *Desafio Primeiras histórias*. Organizou uma lista com os autores que deseja ler e quais são suas primeiras histórias publicadas no Brasil e que constam na sua estante. Dentre eles estão: Umberto Eco – *O nome da Rosa* (primeira obra de ficção) e *Obra Aberta* (primeira obra de não-ficção), Mario Vargas Llosa – *Os chefes*, Jorge Luis Borges – *Primeira poesia*, Julio Cortázar – *Os reis*, Virgínia Woolf – *A viagem*, Liev Tolstói – *Infância, Adolescência, Juventude*, José Saramago – *Manual de pintura e caligrafia*, Gabriel García Márquez – *A Revoada (O Enterro do Diabo)*, Simone de Beauvoir – *A Convidada*, Ítalo Calvino – *A trilha dos ninhos de aranha*, e Fiódor Dostoiévski – *Gente pobre*. A *booktuber* convida seus seguidores a participarem do desafio, lembrando que esta lista poderá ser incrementada com outros nomes da literatura.

Posteriormente aos vídeos relacionados às atualizações, **Eduardo Cildo** foca no conteúdo relacionado a produtos da Indústria Cultural, ou seja, filmes, séries e música (14%). Este tipo de conteúdo é amplamente percebido na comunidade *booktube*, revelando-se tanto através das descrições de alguns canais – *Canal pra falar sobre os Livros, o Universo e tudo o mais...* (Patrícia Pirota); *aqui no canal vocês vão encontrar resenhas e discussões sobre os*

³⁷⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/jxYWQmOPjOM>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁸⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/ibPT0uQbPMw>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁸¹ Disponível em: <https://youtu.be/_MCtDwEHeKQ>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁸² Disponível em: <<https://youtu.be/-fpAYEb5Neg>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁸³ Disponível em: <<https://goo.gl/svwfLo>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

livros que leio, [...] conversas sobre adaptações cinematográficas e seriados de televisão, tags, músicas, top 5 e top 10 e mais um monte de outras coisas legais associadas ao mundo da literatura! (Sibelle Lobo); *canal dedicado principalmente à literatura, mas traz também um pouco de cultura pop — aquela enxurrada de coisas que a gente gosta: música, séries, games, tecnologia e etc.* (Victor Almeida) – quanto através do conteúdo que é produzido e compartilhado.

Dentre os três *booktubers* analisados, Eduardo Cilto é o que mais explora este tipo de conteúdo. Produz vídeos sobre suas séries favoritas, entre elas a que mais se destaca é *Glee*. Mesmo antes de ser mencionado em vídeo, o gosto do *booktuber* por essa série era revelado através de alguns detalhes presentes no seu quarto, como DVD's da série, um quadro com os seus atores e adesivos relacionados a esta colados na cabeceira da sua cama. Eduardo confirma seu apreço no vídeo sobre as melhores séries de todos os tempos³⁸⁴: “*ahh, eu amo muito Glee*”. Depois desta, declara que também gosta das séries *Awkward*, *My mad fat diary* e *Skins*. Neste viés, produziu um vídeo³⁸⁵ com indicações de cinco séries para “*ficar viciado*” – *Scream*, *Unbreakable Kimmy Schmidt*, *Sense 8*, *Scream Queens* e *Fear the walking dead* – e um vídeo³⁸⁶ sobre cinco séries que seus seguidores precisam assistir – *Orphan Black*, *The Flash*, *Finding Carter*, *My mad fat diary* e *How to get away with a Murderer*.

Após pedidos dos seguidores, produziu um vídeo³⁸⁷ em que comenta sobre séries que foram baseadas em livros; dentre elas, cita *Wayward Pines* (baseada no livro *Pines*, de Blake Crouch), *Revenge* (baseada na obra *O Conde de Monte Cristo*, de Alexandre Dumas), *Sherlock Holmes* (baseada na obra de Arthur Conan Doyle), *Orange is the new Black* (baseada na obra de Piper Kerman), *Pretty Little Liars* e *The Lying Game* (ambas baseadas em obras de Sara Shepard). Eduardo se declara um “viciado” em séries, compartilha aquilo que assiste e acompanha com seus seguidores, ao passo que também recebe dicas de novas séries para acompanhar através dos comentários nos vídeos. Também dá dicas seguindo o gosto por determinada série: se você gostou de A, pode gostar de B.

Ele também explana sobre os lançamentos de filmes³⁸⁸ mais esperados do ano de 2016, comentando a sinopse de cada. Com exceção de *Procurando Dory*, os outros filmes comentados por Eduardo possuem relação com a literatura, dentre eles: *A 5ª onda* (Rick Yancey), *A garota dinamarquesa* (David Ebershoff), *Convergente* (Veronica Roth), *O orfanato da Srta. Peregrine*

³⁸⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/6yhWuLEvSco>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁸⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/VFWvUDtkq4Y>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁸⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/GCDyMIInFBA>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

³⁸⁷ Disponível em: <https://youtu.be/0t_flf4VaKY>. Acesso em: 17 nov. 2016.

³⁸⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/bEJTtnb60-U>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

para crianças peculiares (Ransom Riggs), *Batman X Superman* (DC), *O esquadrão suicida* (DC), *X-Men Apocalypse* (Marvel) e *Quem é você Alasca?* (John Green). Do mesmo modo como nas séries, também situa seus seguidores dentre as opções de filmes a partir de determinado gosto: “*quem ficou órfão de Divergente, pode gostar de A 5ª onda*”.

Eduardo é o único dentre os três *booktubers* analisados que produz um tipo de vídeo relacionado a filmes intitulado *Reação e Comentários*. Neste, o *booktuber* assiste pela primeira vez a determinado *trailer* durante o vídeo, compartilha com seus seguidores a experiência deste consumo, comentando sobre o que está achando daquilo que visualiza na tela do seu celular. Compartilhou este tipo de vídeo quando assistiu aos *trailers* de *Cidades de Papel*³⁸⁹, *Prova de fogo I | Maze Runner*³⁹⁰, *Animais fantásticos e onde habitam*³⁹¹ e ao *teaser trailer* de *A Esperança – O final*³⁹². Por meio deste tipo de vídeo, seus seguidores tem a oportunidade de ver como o *booktuber* reage à cada cena, suas emoções, seus gestos e comentários. Eduardo se espanta, se surpreende e se arrepia durante o vídeo de *Animais fantásticos e onde habitam* (Figura 29). Produzindo o mesmo tipo de vídeo para este *trailer*, outro *booktuber*, Renato Jardim³⁹³ se emociona e chora.

A espontaneidade nas declarações é notória, uma vez que estas são mencionadas e registradas no momento em que a visualização do *trailer* acontece. Expressões como: “*olha, arrepiei mano!*”, “*caralho, isso vai ser muito bom*”, “*em novembro... puta merda mano!*”, “*caramba gente*”, “*meu deus*” revelam as sensações e as emoções despertadas no *booktuber*. Após assistir aos *trailers*, Eduardo comenta sua relação com as histórias, suas considerações sobre aquilo que assistiu e demais informações relacionadas ao universo da narrativa, com algumas comparações entre os livros e as cenas visualizadas. Este tipo de vídeo é produzido também por outros *booktubers*, como Pam Gonçalves³⁹⁴ e em canais relacionados ao “*mundos nerd*”, como *BC Comics*³⁹⁵, *Nerd News*³⁹⁶, *Território Nerd*³⁹⁷ e *Comentário Nerd*³⁹⁸, focado essencialmente em filmes relacionados às histórias em quadrinhos, como *Mulher Maravilha*. Este tipo de conteúdo é percebido, também, em outros países e em outras áreas, como a música, onde o *youtuber* grava suas reações sobre determinado clipe³⁹⁹.

³⁸⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/eRMICNtK5FI>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

³⁹⁰ Disponível em: <https://youtu.be/XGfrheD_1F8>. Acesso em: 17 nov. 2016.

³⁹¹ Disponível em: <<https://youtu.be/OZN0MmnKHgc>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

³⁹² Disponível em: <<https://youtu.be/bOdsyHq43KU>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

³⁹³ Disponível em: <https://youtu.be/Mr9f_GaEUc>. Acesso em: 17 nov. 2016.

³⁹⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/LnGfF1pc5mA>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

³⁹⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/UbY6iGxJWBE>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

³⁹⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/F9bRtNECVBU>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

³⁹⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/166wk3RTbkE>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

³⁹⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/8htP4BSydGc>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

³⁹⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/nplfBdkC15U>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

Eduardo Cilto, Tatiana Feltrin e Victor Almeida⁴⁰⁰ também produzem vídeos sobre suas músicas preferidas ou sobre músicas que estão ouvindo atualmente. Eduardo⁴⁰¹ comenta sobre artistas favoritos/desconhecidos que seus seguidores precisam conhecer. Cita as bandas *Aquilo*, *Sleeping at last*, *BØRNS*, *Fyfe*, relatando como conheceu os artistas e quais são suas músicas favoritas – “*gente, eu amo muito*”. Victor conta quais são os cantores nos quais está “*viciado*”, lembrando a seus seguidores que possui um perfil no Spotify e que estes podem segui-lo. Dentre os cantores, cita *Kill J*, *PVRIS*, *M.I.A*, *Adore Delano* e *Silva*. Assim como Eduardo, revela como conheceu os artistas e quais suas músicas preferidas.

Tatiana, por sua vez, revela sua coleção de CD's⁴⁰² e suas novas aquisições⁴⁰³, assim como DVD's de shows⁴⁰⁴ e seriados⁴⁰⁵. Comenta sobre diversas bandas que gosta, como *U2*, *Belle & Sebastian*, *Interpol*, *Los Hermanos*, *Pink Floyd*, e *The Smiths*, mas destaca em outros vídeos que é fã do Renato Russo e, por consequência, do *Legião Urbana*. A música também está presente na comunidade *booktube* através de comentários sucintos em vídeos resenhas – Tatiana menciona o disco *O*, de *Damien Rice* quando relata sobre sua leitura de *Cinquenta tons de cinza* (E L James)⁴⁰⁶ – e através de Tag's, como a *Book Shuffle Tag*⁴⁰⁷ – na qual o *booktuber* coloca o *player* de suas músicas em modo aleatório, e conforme a música reproduzida, escolhe um livro que a remete – e a *Tag Funk de cada livro*, seguindo a mesma lógica de associação⁴⁰⁸.

Dentre os *booktubers* analisados, os **vídeos criativos** são produzidos apenas por Eduardo Cilto. Esta categoria contempla vídeos em que o conteúdo está relacionado ao universo literário, mas se desdobra para além deste, como os vídeos nos quais relaciona um signo do zodíaco a uma obra⁴⁰⁹, ou nos quais o *booktuber* faz um determinado teste para descobrir qual a sua casa em *Hogwarts*⁴¹⁰ e para se tornar um divergente⁴¹¹. Estes dois tipos de vídeos também são localizados em outros canais literários. Contudo, os vídeos que mais se destacam nessa categoria são visualizados essencialmente no canal de Eduardo, isto é, vídeos relacionados às paródias de livros, filmes e música, dramatizações, tutoriais de fantasia e de maquiagem.

⁴⁰⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/L0Cgn-mngoQ>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

⁴⁰¹ Disponível em: <<https://youtu.be/bAJVpcPYh0g>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

⁴⁰² Disponível em: <https://youtu.be/_JxOpzPxXuA>. Acesso em: 17 nov. 2016.

⁴⁰³ Disponível em: <<https://youtu.be/wJjMdKUNXSk>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

⁴⁰⁴ Disponível em: <https://youtu.be/8Ke3w_DrScQ>. Acesso em: 17 nov. 2016.

⁴⁰⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/exTi4Z4v9NY>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

⁴⁰⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/B5YxjzahLrg>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

⁴⁰⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/93sCNkZWfXI>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

⁴⁰⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/4Bfa5y26nVM>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

⁴⁰⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/76lsEv1JNm4>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

⁴¹⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/mHC26BoPdVc>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

⁴¹¹ Disponível em: <<https://youtu.be/ppqJzoYHLGI>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

Figura 29 – Reação e comentários de Eduardo Cilto.



Fonte: <https://youtu.be/OZN0MmnKHgc>

Figura 30 – Frames de vídeos criativos de Eduardo Cilto.



Fonte: <https://youtu.be/VVtdGmFx8OY>, <https://youtu.be/UKkacGGejH4>,
<https://youtu.be/jPhtFLd1o58> e https://youtu.be/s17_Vlu8dJ8.

Nos comentários, também há o esclarecimento sobre o nome da personagem, que no seriado *Once Upon A Time* chama-se Zelena. Eduardo também produziu um vídeo⁴¹⁴ sobre fantasias de carnaval inspirada em três heroínas literárias – Katniss (*Jogos Vorazes*), Clary Fray (*Instrumentos Mortais*) e América Singer (*A Seleção*). Enquanto passa pó e base clara no rosto, reflete sobre o fato de que a maioria das heroínas do cinema são brancas. Consta que isso é “uma pena”, já que “*não existem só mulheres fortes brancas*”.

Os **vídeos de contemplação** são produzidos por Eduardo Cilto e por Victor Martins, presentes nos canais de forma mais esporádica do que os vídeos das demais categorias. Seu conteúdo refere-se à contemplação de uma data, de uma comemoração, de uma ideia ou de uma prática. São vídeos nos quais admira-se e reflete-se sobre o seu conteúdo. Geralmente são

⁴¹⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/tdZZhSE5ScI>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

gravados fora do cenário habitual dos *booktubers*, com a presença de outros leitores, e trilha sonora para agregar um viés emotivo. Eduardo CILTO publicou, no período analisado, os vídeos *Mudanças*⁴¹⁵ e *Por que amamos ler?*⁴¹⁶ No primeiro, faz a pergunta “*como você se imagina no futuro?*”. Narra um texto reflexivo ao mostrar cenas suas, da cidade, da natureza e detalhes do cotidiano, como gotas de chuva no vidro da janela e folhas secas no chão.

O segundo vídeo advém de um pedido para que seus seguidores participassem de um projeto com o objetivo de unir pessoas que amam ler, enviando a ele depoimentos sobre as perguntas: qual o seu livro preferido? Por que você ama ler? O resultado é um vídeo emotivo, com diversos relatos de leitores de diferentes cidades, contando sobre seus livros favoritos, sobre os motivos da escolha, sobre suas relações e experiências com a cultura literária e sobre o amor à leitura. Entre as respostas, há declarações como “*ler me faz feliz*”; “*os livros dão esse poder da gente tá onde a gente quiser e quando a gente quiser*”; “*os livros ajudam a formar nossa personalidade, são como amigos que a gente pode pedir conselho de vez em quando*”; “*eu conheço um pouco mais de mim*”; “*é muito mais legal você poder morar em 200 mil mundo ao invés de um só né*”; “*a leitura vai além da expansão de conhecimento, ela expande os seus sentimentos, ela expande suas ideias, ela expande seu poder de reflexão sobre as coisas que te cercam e quando você consegue, por meio de palavras, fazer com que tudo isso aconteça, é incrível. Então é por isso que eu amo, amo, amo ler*”.

Dentre os vídeos contemplativos de Victor Almeida, destacam-se o vídeo *Portadores de Sonhos*⁴¹⁷ e *Encontrando booktubers | Um Pequeno Documentário*⁴¹⁸. O primeiro foi produzido para comemorar a soma de 50 mil inscrições no canal *Geek Freak*. Em tom emotivo, há uma narração de Victor Almeida, cenas suas, de bastidores do canal, de outros *booktubers*, de seguidores e da cidade. Visualizam-se sorrisos, abraços, afetos compartilhados. Finalizando o vídeo, Victor declara: “*somos portadores de sonhos, cada um de nós. Mas nós caminhamos juntos. Então muito obrigada por acreditar e por fazer parte dessa história, uma história que um dia já foi um sonho, e hoje se tornou realidade*”.

O segundo vídeo, consideravelmente mais longo, retrata a experiência dos *booktubers* na Bienal de São Paulo em 2015 e seu encontro com os seguidores. Gravado em formato de vlog, nele Victor fala com alguns *booktubers* que compareceram ao evento. Os que mais estão presentes no vídeo são aqueles que, junto com Victor, ficaram hospedados na casa de Vitor

⁴¹⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/FMZktH69qvQ>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

⁴¹⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/-00XAOSJzEM>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

⁴¹⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/xONL7OItZ94>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

⁴¹⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/bjMQKnUeHec>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

Martins. Cenas de bastidores são mostradas, nas quais o grupo aparece fazendo as refeições, na rua, no karaokê, confraternizando, organizando os *kits* de presentes para o encontro com os seguidores, no elevador, na livraria e na Bienal. No encontro, quase mil pessoas compareceram, conheceram os *booktubers*, participaram de desafios e brincadeiras, além de ganharem *kits* e marcadores de livros. Este vídeo alinha-se à categoria mais proeminente no canal de Victor Almeida: os **vídeos de socialização**.

A Bienal do Livro é um dos momentos mais aguardados pela comunidade *booktube*. É neste evento que muitos integrantes da comunidade se conhecem pessoalmente, formam amizade e fortalecem laços. Também se caracteriza como uma oportunidade ímpar para reunir *booktubers* e seguidores em um mesmo local, promovendo interação e aproximação a partir de atividades, conversas e confraternizações. Na Bienal, compartilham-se abraços e marcadores de livros, distribuem-se presentes, tiram-se fotos e, por conseguinte, a volta para casa é acompanhada por uma quantidade considerável de livros novos.

O *booktuber* Gabriel (canal *Maremoto TV*)⁴¹⁹ sintetiza o sentimento de pertencimento usufruído durante a Bienal do Livro em 2016. Em um vídeo, agradece aos *booktubers* com os quais conviveu durante o evento, comentando que mora em Manaus – “*praticamente outro continente*”, longe das cidades da maioria dos integrantes da comunidade. Gabriel constata que, apesar de ser mais difícil de acontecer na “*vida real*”, tal como as histórias que lê, repletas de personagens isolados e excluídos, que mudam sua vida quando sentem que fazem parte de algo, sentiu durante o evento que, finalmente, pertencia a algum lugar. Resgato aqui uma das percepções de Carr (2011, p. 150) apresentada no capítulo 3: a leitura também seria motivada a partir de um “sentimento de pertencimento”.

Em 2016, na Bienal do Livro de São Paulo, os *booktubers* foram integrados à programação do evento⁴²⁰, tema de entrevistas e reportagens da mídia tradicional⁴²¹ ao serem considerados um dos sucessos da Bienal. Neste ano, uma das novidades relacionadas aos canais literários foi a realização de dois eventos: o *5º Encontro de Booktubers para Inscritos* e a *Bienight*, sendo que este último foi realizado no período da noite – 20:00h. Ambos os eventos foram organizados por Victor Almeida e pelos *booktubers* do canal *Índice X*, em parceria com a Câmara Brasileira do Livro e com o apoio de Companhia das Letras, DarkSide Books, Plataforma21, Turista Literário e Skoob. Outra novidade é que alguns *booktubers* participaram

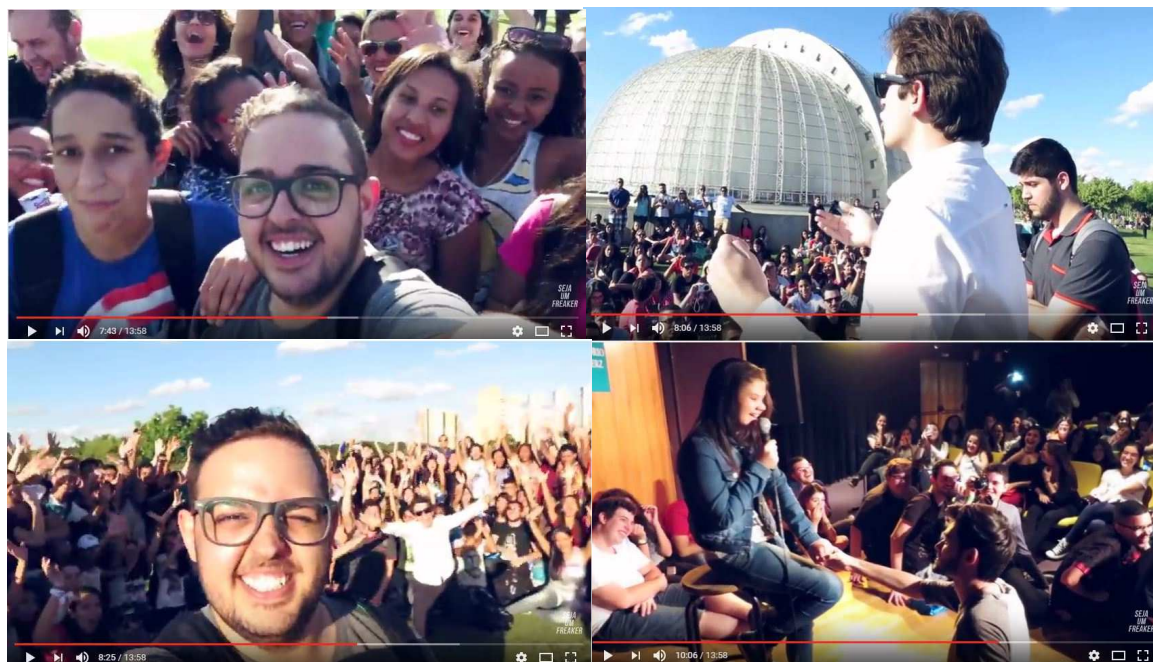
⁴¹⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=X6FT4OpAJ6U>>. Acesso em: 18 dez. 2016.

⁴²⁰ Disponível em: <<https://goo.gl/o1BeqO>>. Acesso em: 20 set. 2016.

⁴²¹ Disponível em: <<https://goo.gl/QbLSTt>>. Acesso em: 20 set. 2016.

tanto como leitores quanto como autores: Pam Gonçalves estava autografando seu livro *Boa Noite* (2016)⁴²² e Eduardo Cilto autografando seu livro *Traços* (2016)⁴²³.

Figura 31 – Encontro entre seguidores e *booktubers*.



Fonte: YouTube.

Posto isto, compreendo a categoria que mais se destaca no canal *Geek Freak*, os **vídeos de socialização** (21%), revelando uma das principais características de Victor Almeida: o gosto em promover participação, seja entre os membros da comunidade, seja entre esta e seus seguidores. Esta categoria aborda os vídeos de jogos, brincadeiras e desafios, promovendo interação tanto presencialmente – destacada pela expressão *feat* – quanto virtualmente, através da motivação para que os seguidores participem e se envolvam nas atividades. Neste tipo de vídeo, há ações que exploram o universo da literatura⁴²⁴ e conteúdos em que a interação é o foco central, falando-se de temas alheios aos livros, como amizades⁴²⁵ e histórias pessoais⁴²⁶.

Inseridos nesta categoria, destacam-se os vídeos de maratonas literárias, um dos principais conteúdos desenvolvidos por Victor Almeida. Dentre as maratonas que aconteceram

⁴²² Disponível em: <<https://goo.gl/KvNZGP>>. Acesso em: 20 set. 2016.

⁴²³ Disponível em: <<https://goo.gl/qgbX4t>>. Acesso em: 20 set. 2016.

⁴²⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/oo2OoKraghI>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴²⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/1i7HnMBuFLU>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴²⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/UGbBDstVcFY>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

no período analisado, estão a *Vedatona*⁴²⁷, Maratona literária de inverno⁴²⁸, *Booktubatona*⁴²⁹ e *Revezatona*⁴³⁰. A *Vedatona* foi uma maratona literária que ocorreu na última semana de abril de 2016 – 00:00 horas de 23/04 até 23h59min de 30/04 –, finalizando o VEDA e objetivando incentivar os leitores a ler o máximo de livros possíveis em apenas uma semana. Foi desenvolvida por Victor em parceria com Mayra⁴³¹ (canal *All About That Book*), Thereza Andrada⁴³² e Paulo Ratz⁴³³ (canal *Livraria em casa*), propondo aos participantes quatro desafios que deveriam ser cumpridos – caso desejassem – durante a maratona. Os desafios também atuaram como um elo entre os quatro canais durante essa atividade, uma vez que cada desafio era proposto em um vídeo específico de apresentação e *TBR* produzido e compartilhado por cada um dos quatro *booktubers*. Victor propôs que os participantes da *Vedatona* lessem um gênero literário pouco lido durante o ano; Mayra propôs a leitura de um livro de um autor favorito; Thereza propôs uma série já iniciada e Paulo propôs a leitura de um autor que o participante nunca havia lido.

A maratona literária de inverno de 2015 ocorreu entre os dias 06 de julho e 3 de agosto, totalizando quatro semanas intensas de leitura pois, assim como as demais, intui que os participantes fiquem motivados a ler uma quantidade maior do que costumam ler. Além de um evento no Facebook⁴³⁴ e de interações no Twitter⁴³⁵, esta maratona dispunha de um formulário de participação, pois brindes foram distribuídos a partir dos desafios propostos por Victor e possíveis graças à parceria com três editoras: DarkSide Books, Aleph e Galera Record. Os desafios de *TBR* forneciam alguns parâmetros para serem seguidos no momento da seleção dos livros para a maratona, ficando a critério do participante aderir ou não.

Victor também propôs leituras temáticas para cada semana da maratona – “*pra ficar mais divertido*”. A primeira semana foi destinada a leituras de fantasia/distopia/ficção científica; a segunda a leituras de thriller/suspense/terror e a terceira a leituras de YA contemporâneo/romance/*chick lit*/drama. A quarta semana foi “invasão⁴³⁶” e transformou-se na *Booktubatona*⁴³⁷. Outros *booktubers* simularam uma invasão ao sistema do *Geek Freak* na última semana da maratona; nesta foi o grupo que comandou as atividades e as interações entre

⁴²⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/6qD7oMGHtEI>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴²⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/giV3fFuq0p4>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴²⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/UkI-WPhVK7E>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴³⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/UkI-WPhVK7E>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴³¹ Disponível em: <<https://youtu.be/YHfyw92bSeE>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴³² Disponível em: <https://youtu.be/NR8Ax-EP_XY>. Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴³³ Disponível em: <<https://youtu.be/CBrLW49MIYE>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴³⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/events/799368423511733/>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴³⁵ Disponível em: <<https://twitter.com/search?src=typd&q=%23MLI2015>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴³⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/Eorn9NmYpjI>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴³⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/RWPKYwvZ70A>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

a comunidade e os participantes, tornando a maratona “*memorável*”. A *Booktubatona* possuía um perfil próprio no Twitter – @bktbtn – através do qual diversos *booktubers* interagem com os participantes durante toda a semana. Tatiana Feltrin também participa da maioria das maratonas literárias⁴³⁸ organizadas por Victor Almeida, já Eduardo Cilto não.

Assim como a maratona literária de inverno, há a maratona literária de verão, o que nos revela que as maratonas mais extensas são semestrais, geralmente no período de férias. Contemplam um número significativo de adeptos, tanto de *booktubers* quanto de seguidores, fato que é perceptível através dos vídeos sobre as maratonas e das publicações através de comentários e em demais redes sociais.

A organização para a Maratona Literária de Verão 2017, realizada de 7 a 21 de janeiro, começou em novembro de 2016. Neste período, foram organizados um evento no Facebook⁴³⁹, onde era possível saber que, diferentemente das demais maratonas organizadas por Victor Almeida, esta tratava-se de um torneio, intitulado #TorneioMLV, composto por missões e uma identidade visual e sonora personalizada (ver Figura 32). Através do Twitter⁴⁴⁰, o nome das equipes participantes foi revelado: Equipe Crucio e Equipe Império. Ao inscreverem-se para a maratona, o participante precisava escolher uma das equipes para integrar, sendo que cada uma era comandada por três *booktubers* que foram revelados apenas em seu início oficial, para evitar influências no momento da escolha.

Através do vídeo de apresentação, Victor esclareceu que a interação na maratona também seria necessária para desbloquear os desafios propostos. Durante o mês de dezembro de 2016, os *booktubers* organizadores foram revelados à medida em que algumas missões eram cumpridas pelos participantes. Para desbloquear o vídeo de Mayra, o vídeo de Victor precisava alcançar a marca de 3.500 curtidas, para desbloquear o de Thereza, os participantes precisaram compartilhar 200 cartazes no Twitter indicando qual foi a equipe escolhida, por exemplo. Com este desafio, revelou-se o fato de que turmas de educação infantil de escolas públicas iriam participar do torneio com o auxílio dos professores, fato que emocionou a comunidade, conforme observado nos comentários compartilhados no Twitter. A maratona causou comoção no *booktube*, foi amplamente assimilada pela comunidade e pelos seguidores. Através do acompanhamento da *hashtag* no Twitter e das postagens no Facebook, percebi que os seguidores estavam empenhados em cumprir as missões, ansiosos para o início do torneio;

⁴³⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/1Bn2ilxtE24>>. Acesso em: 20 set. 2016.

⁴³⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/events/1097143590403553/?active_tab=about>. Acesso em: 20 set. 2016.

⁴⁴⁰ Disponível em: <<https://twitter.com/search?q=%23TorneioMLV&src=tyah>>. Acesso em: 20 set. 2016.

compartilharam sua *TBR* e fotos dos livros durante a leitura, encarando a maratona como uma verdadeira batalha. *Memes* foram compartilhados, algumas tentativas de descobrir qual a equipe de cada *booktuber* foram traçadas a partir da miniatura dos vídeos; grupos no WhatsApp e no Facebook foram criados pelos seguidores para cada equipe.

Como as demais maratonas, o objetivo do Torneio MLV era incentivar os leitores a lerem mais do que o de costume, interagindo e conversando com a comunidade; uma leitura dotada de um *espírito de jogo*. Ou, segundo Victor, na maratona os participantes iriam “*ler até os olhos caírem da órbita, até o cu cair da bunda*”. A diferença, para além das missões que desbloqueavam os desafios de cada *booktuber* organizador – Victor Almeida, Mayra (*All About That Book*), Gabriel (*Maremoto TV*), Vitor Martins, Thereza Andrada e Paulo Ratz (*Livraria em casa*) –, é que ao final do torneio uma das equipes foi a vencedora, cumprido outras tarefas que foram reveladas durante o evento. Um grande sorteio de brindes proporcionados pelas empresas patrocinadoras – Amazon e DarkSide Books – foi realizado dentre os participantes da equipe campeã.

Figura 32 – *Booktubers* organizadores do Torneio MLV.



Fonte: YouTube.

O Torneio MLV revela que a percepção de Carr (2011) sobre a leitura tornar-se, também, no futuro, um esporte em equipe, não estava equivocada. O equívoco foi pensar que os *e-books* e *e-readers* é que tornariam isso possível. Ao observarmos a dinâmica do torneio, entendo que o livro físico tem papel fundamental, presente através dos vídeos e fotografias compartilhadas. O que faz o torneio possível neste caso é a utilização do YouTube como local de interação, auxiliado por outras redes sociais que possibilitam ações complementares, como o *feed* de postagens do Facebook e a dinâmica do Twitter. Contudo, a essência da maratona é a motivação para a participação e o engajamento dos leitores. Sem estes, o torneio não existiria.

É compreensível que Victor seja o organizador e criador do torneio; por ser um *geek*, a cultura *game* também está presente no modo como se relaciona com a literatura.

Por fim, a *Revezatona* foi uma maratona literária 24 horas organizada por Victor Almeida e por Vitor Martins. Os dois *booktubers* revezaram-se para organizar e realizar a maratona, separando 12 horas para cada. Vitor Martins iniciou a *Revezatona* às 12:00h de 14 de novembro até 00:00h (sábado) e Victor assumiu a partir das 00:00h de 15 de novembro até 12:00h (domingo). Como de costume, foram propostos alguns desafios para os participantes. As maratonas são amplamente solicitadas pelos seguidores de Victor Almeida – “*se cada vez que vocês me pedissem uma maratona [...] eu ganhasse 5 centavos gente, eu estaria rico*” – e comemorada nos comentários.

Seguidor 1: *Vocês arrasam muito nos eventos/atividades!!! Tô amando a maratona! Sei que não terminou ainda, mas parabéns! Tenho certeza que o sucesso que está fazendo só vai aumentar agora nessa última semana!*

Seguidor 2: *Uhul, acho que finalmente vou conseguir terminar de ler tudo! hahaha.*

Apesar de seu núcleo central ser o YouTube, os *booktubers* e os seguidores utilizam outras redes sociais para tornar as maratonas ainda mais interativas e dinâmicas. Geralmente cada maratona contempla um evento no Facebook; porém, em uma dada ocasião, o sistema da plataforma deixou de enviar notificações para os participantes quando o evento começou a ter um grande número de integrantes, fato que atrapalhou as atividades que estavam sendo desenvolvidas através da rede social. Por outro lado, o Twitter mostrou-se como uma plataforma que possibilitava a organização e a localização dos participantes, por meio das *hashtags*, e um ampla possibilidade de interações pontuais.

Dentre estas, destaca-se os *sprints* de leitura, ou seja, um determinado período de tempo no qual os *booktubers* combinam no Twitter para lerem juntos, retornando posteriormente ao período estabelecido para comentar quantas páginas leram, o que acharam da leitura e demais percepções acerca do livro escolhido por cada leitor. Conforme explica Victor Almeida, o *sprint* é uma espécie de acordo informal: “*gente, vamos ler 30 minutos juntos. Deu esses 30 minutos a gente volta pra conversar*”. Maratonas desenvolvidas por outros canais também utilizam dessa prática de interação para conversar com os participantes e promover maior engajamento nos desafios, tal como Paulo Ratz o fez na maratona *TBRemCacos*⁴⁴¹ (Figura 33).

Na comunidade, também há *booktubers* que fazem a maratona literária 24 horas individualmente, tratando-se de um grande desafio, pois o tempo de sono é reduzido e a

⁴⁴¹ Disponível em: <<https://youtu.be/oqjJJp55OY>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

madrugada é destinada às leituras. Com exceção de algumas poucas horas para dormir, comer e tomar banho, o restante do tempo é utilizado para ler. Tatiana Feltrin⁴⁴², Pam Gonçalves⁴⁴³, Mell Ferraz⁴⁴⁴, Duda Menezes⁴⁴⁵ e Vanessa Esteves⁴⁴⁶ são algumas das *booktubers* que realizaram a maratona 24 horas. Esta é uma experiência diferenciada de contato com a leitura, geralmente tem seu início no período da meia noite (Figura 34), e é acompanhada de muitas xícaras de café. Os *booktubers* produzem vídeos do tipo vlog, gravando fragmentos da maratona nos quais comentam como está a leitura naquele momento e o que estão achando da experiência.

Assim como as demais maratonas, esta objetiva motivar os leitores a lerem mais do que leriam normalmente. Pam Gonçalves, por exemplo, leu 768 páginas durante a maratona. Devido ao tempo dedicado a esta prática, os livros escolhidos são, na maioria das vezes, com uma narrativa fluida e com uma história divertida ou envolvente, uma vez que livros densos e com a narrativa lenta não são uma boa escolha para um período longo de leitura. Os *booktubers* se mostraram cansados ao findar a maratona, e alguns deles afirmaram que a experiência foi interessante, mas não se repetirá novamente. Mesmo abrangendo livros “leves”, é notório que a percepção sobre a leitura se modifica com a escassez de descanso e demasiada exaustão. Mas, então, por que este tipo de maratona é realizado? Observo duas razões essenciais: é um novo modo de experienciar a leitura; além de ser, como o VEDA, uma forma de o *booktuber* mostrar para si próprio, e para os demais, que consegue realizar desafios extremos.

Há, ainda, as maratonas que são realizadas no período de carnaval. Em 2016, entre a sexta-feira e a quarta-feira de cinzas, Tatiana Feltrin realizou a *Maratona Skindô-Skindô*, onde o objetivo era “*ler desenfreadamente durante todo o feriado de carnaval*”. A *booktuber* separou uma “*pilha de livros*” para serem lidos durante este período. Juliana (canal *JotaPflutz*) e Denilson (canal *Ler ou não ler*) também realizaram a maratona, inspirados em Tatiana. Outros *booktubers*, incluindo Ju Cirqueira (canal *Nuvem Literária*)⁴⁴⁷, Gabs Giorgette (canal *Strong Books*)⁴⁴⁸, Taís (canal *Pronome Interrogativo*)⁴⁴⁹, Vanessa (canal *Chanice*)⁴⁵⁰, Juliana Sabrina

⁴⁴² Disponível em: <<https://youtu.be/IjVeNYfCt0o>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁴⁴³ Disponível em: <<https://youtu.be/O2JA9AuxPj8>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁴⁴⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/jGiX5KmwkbU>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁴⁴⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/WE1j5j31u48>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁴⁴⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/P-GHdfUtSbU>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁴⁴⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/VnJuOYCUZvo>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁴⁴⁸ Disponível em: <<https://youtu.be/8Wyp2Ljqtv8>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁴⁴⁹ Disponível em: <<https://youtu.be/z0ohuB7ccu0>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁴⁵⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/wkxfhh4ztO0>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

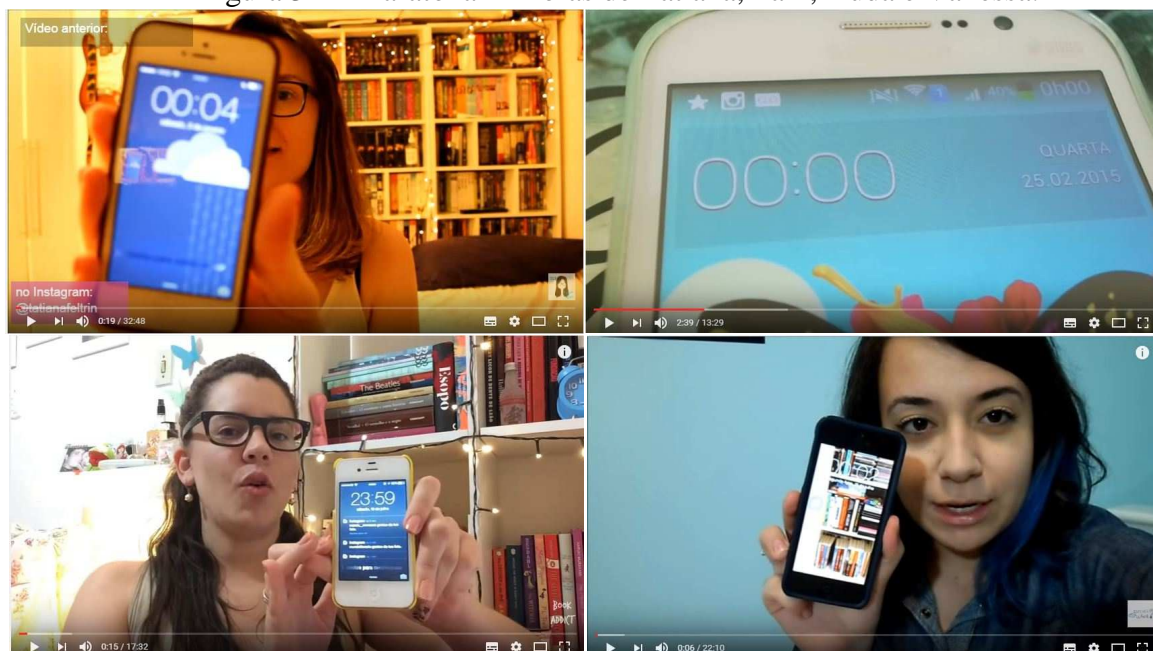
(canal *Guardei na Memória*)⁴⁵¹, Dani (canal *Minha parte eu quero em livros*)⁴⁵², Letícia (canal *Escolhendo seu livro*)⁴⁵³ também realizam maratonas literárias no período do carnaval.

Figura 33 – *Sprint* de leitura da maratona literária *TBRemCacos*.



Fonte: Twitter.

Figura 34 – Maratona 24 horas de Tatiana, Pam, Duda e Vanessa.



Fonte: YouTube.

⁴⁵¹ Disponível em: <<https://youtu.be/hhxWhSh4V0E>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁴⁵² Disponível em: <https://youtu.be/f6vBGk1Tu_8>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁴⁵³ Disponível em: <<https://youtu.be/QKvG2C3OZt0>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

Posto isto, analiso as categorias *Tag* e *unboxing*, ambas percebidas nos três canais analisados, com exceção de Eduardo Cilto em relação à última categoria. De acordo com Tatiana Feltrin, as **Tag's** não são uma sigla, mas sim, uma brincadeira no estilo “pega-pega”, na qual o *booktuber* responde uma enquete e escolhe outros para também responder. Em sua maioria, os *booktubers* iniciam a conversa contando quem os *tageou* e finalizam *tageando* outras pessoas. Tatiana ressalta que foi uma das primeiras *booktubers* no Brasil a propor as *Tag's* literárias, adaptando *Tag's* estrangeiras sobre maquiagem para o universo dos livros. Esta prática difundiu-se dentre a comunidade *booktube*, pois se caracteriza como uma categoria de vídeos amplamente utilizada.

Tatiana, assim como outros *booktubers*, também traduz algumas *Tag's* propostas por canais literários estrangeiros, inserindo a discussão no Brasil. Um exemplo é a “*Tag das Redes Sociais*”, adaptada a partir da *Tag* “*Social Networks Book Tag!*”, do canal literário americano *Faultydevices*⁴⁵⁴. A *Tag* consiste em pautar livros que se relacionem com as características de algumas redes sociais. Isto é, Twitter: um livro que você queira compartilhar com todo mundo. Facebook: um livro do qual você gostou muito e foi recomendado por outra pessoa. Tumblr: um livro que você leu antes de criar seu canal no YouTube e do qual ainda não falou em vídeo. MySpace: um livro que você não tem intenção de reler. Instagram: um livro com uma capa bonita. YouTube: um livro do qual você gostaria de ver uma adaptação para o cinema. Skype: um livro com os personagens com os quais você gostaria de conversar.

A *booktuber* lembra que a referida *Tag* advém de uma tradução, inserindo no box de informações do vídeo o *link* para a *Tag* original. A *Tag* foi respondida também por outros *booktubers* brasileiros, sendo que todos atribuem a autoria da tradução à Tatiana. Não atribuir autoria a quem criou ou a quem traduziu uma *Tag* respondida é mal visto dentro da comunidade, chegando a causar situações embaraçosas. Uma das *Tag's* mais populares entre os *booktubers* são as metas literárias para o novo ano que se aproxima. Ou seja, no final de 2016, gravam vídeos intitulados “12 livros para 2017”, divulgando quais são suas metas de leitura para o ano que se inicia. Alguns nomeiam esta *Tag* como “Metas de leitura”. Outra *Tag* recorrente é a que encerra o ano, ou seja, “as melhores leituras de 2016”, ou “10 melhores livros lidos de 2016”.

A partir dos três canais analisados, percebo que as *Tag's* se desdobraram em uma miríade de assuntos para além de metas e tópicos de “melhores leituras”. Durante o período da coleta, foram criadas e/ou respondidas as *Tag's* “*Espectatube*”, “*Totalmente Desnecessário*”, “*Livros não lidos*”, “*7 livros, 7 sentimentos*”, “*7 coisas*”, “*TAG dos 50%*”, “*O que eu mudaria*

⁴⁵⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/4csNy-ZLsA8>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

nos livros”, “*Gale ou Peeta – Jogos Vorazes Tag*”, “*Meios extraordinários*”, “*Shippo ou mato*”, “*By the book*”, “*TAG dos livros clássicos*”, “*TAG Chico Buarque e livros*”, “*12 livros para 2016*”, “*Booktubers TAG*”, “*TAG Como nos tornamos leitores*”, “*1 autor & 3 obras*” e “*Começos inesquecíveis*”.

As *Tag's* atuam como uma pauta de conversa, fornecendo alguns parâmetros para que o *booktuber* comente sobre os livros que leu, as percepções acerca da leitura, os livros já lidos naquele ano, hábitos de leitura, consumo de conteúdo no YouTube, e até mesmo sobre sua vida particular. A *Tag Espectatube*, por exemplo, propõe ao *booktuber* que ele comente sobre seus hábitos de consumo de conteúdo no YouTube, revelando quantos canais segue e assiste, onde assiste, quais são os vídeos favoritados e compartilhados, entre outros aspectos relacionados. A *Tag “By the book”* foi criada a partir de um questionário do *The New York Times* pela *booktuber* estrangeira Marie Berg⁴⁵⁵. Tatiana manteve o nome original, mas traduziu as perguntas para o seu vídeo. Dentre elas, consta: “Qual livro está na sua cabeceira?”, “Se você pudesse encontrar qualquer escritor/a, vivo/a ou morto/a, quem seria? E o que gostaria de perguntar a ele/ela?”, “Qual livro ficaríamos surpresos de encontrar na sua estante?”, “Se você pudesse indicar um livro para o/a presidente, qual seria?”, entre outras questões. Conforme já suspeitava ao conhecer Tatiana, a *booktuber* declarou que gostaria de conversar com Edgar Allan Poe e, se pudesse lhe perguntar algo, solicitaria uma lista de dez livros que o autor considera essenciais.

A *Tag “Totalmente Desnecessário”* propõe a conversação sobre aspectos sem necessidade em relação aos livros como: totalmente desnecessário manter a capa original, totalmente desnecessário ter um triângulo amoroso, totalmente desnecessário ter um *cliffhanger*, totalmente desnecessário toda a *hype*, totalmente desnecessário ficar comparando um livro com o outro, totalmente desnecessário ter lido, etc. Para esta última questão, Victor Almeida escolheu o livro *Carta de amor aos mortos* (Ava Dellaira), sobre o qual comenta: “*que livro insuportável, que livro chato, que menina mimizenta, que negócio que não vai nem pra lá nem pra cá. Meu Deus, como eu fiquei estressado com esse livro, como eu detesto esse livro e eu acho ele um grande desperdício porque essa capa é maravilhosa*”.

A *Booktubers TAG* foi criada por Rodrigo⁴⁵⁶ (canal *Estante cheia*), relacionando livros a característica típica de alguns *booktubers*. Deste modo, alguns itens da *Tag* são: Claire Scorzi: Um clássico; Tati Feltrin: Um livro em inglês; Mell Ferraz: Um livro fofo; JotaPflutz: Um quadrinho; Victor Almeida: Um livro de fantasia; Pam Gonçalves: Um livro chick-lit ou YA. A *Tag* mostra que os hábitos, gostos e personalidades dos *booktubers*, de forma geral, são

⁴⁵⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/aRpxSIKNndo>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁴⁵⁶ Disponível em: <<https://youtu.be/z4T818wRsHM>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

conhecidos pela comunidade. Os *booktubers* identificam as características que particularizam e personificam cada leitor. Além de discernirem sobre tais características, a comunidade também reconhece a linguagem gestual, corporal e verbal da maioria dos *booktubers*, tal como é revelado na série de vídeos intitulado “*Imitando Booktubers*”. O conteúdo do vídeo se refere a um desafio, onde um *booktuber* sorteia o nome de um colega, imita-o para outro *booktuber* descobrir quem é. Gestos, falas, cacoetes, sotaques, expressões e acessórios são mencionados para a revelação do nome.

As *Tag's*, além de categorizar assuntos para que seguidores e *booktubers* saibam do que trata o vídeo, também atuam como uma das diversas formas utilizadas pela comunidade de “introduzir táticas para tentar navegar, moldar e controlar a vasta e caótica matriz de conteúdo existente na rede”. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 97). Por meio destas, os seguidores conseguem localizar o mesmo tipo de assunto em canais diversos. Criar uma *Tag* que seja respondida por um grande número de *booktubers* atribui notoriedade a quem a criou, pois aquele que a responde menciona-o e divulga seu vídeo. Atuam também como uma forma de propor a conversação, fortalecer os laços entre aqueles que *tagueiam* e são *tagueados*, além de direcionar as pessoas que assistem ao vídeo sobre a *Tag* para os canais que são mencionados, divulgando, deste modo, canais novos ou com poucas inscrições e visualizações.

A categoria relacionada aos *unboxings*, por sua vez, refere-se aos vídeos nos quais o foco é a revelação de um produto que ainda está embalado. Em outras palavras, como a nomenclatura revela, é “tirar da caixa”. No YouTube há uma quantidade considerável de vídeos que contemplam o título “*Unboxing*”, com a gravação de pessoas abrindo suas encomendas, mostrando suas novas aquisições e comentando suas impressões sobre o produto, assim como características destes: formato, cheiro, textura e valor. Há demonstrações de pessoas abrindo caixas de produtos que vão desde celulares, videogames, brinquedos, até livros.

Na comunidade *booktube*, os *unboxings* são realizados, em sua maioria, a partir de grandes compras de livros – geralmente em promoções como a Black Friday –, e a partir de caixas surpresas. Na cerimônia do *unboxing*, aquele que assiste ao vídeo acompanha o *booktuber* no momento em que este, munido de uma tesoura, faca ou estilete, abre o pacote e revela o seu conteúdo. Retira-se um produto por vez, com comentários sobre o motivo da compra e as impressões despertadas através deste primeiro contato. Fala-se sobre capas, cores, formatos, tamanhos, brilhos, imagens, cheiros, espessura e textura de forma espontânea e dinâmica, uma vez que a gravação se dá no momento em que o *booktuber* explora o produto adquirido pela primeira vez, tal como é possível observar no vídeo de Mari (Figura 35) e na sua narração:

Cheirinho de livro novinho. [...] Eles são daquela capa normal, eles não brilham, infelizmente. Se eu gostar desses, eu compro os brilhosos. [...] É muito bonita essa capa. [...] Folha amarela, graças a Deus. [...] Esse livro tem mapa, ó, muito maneiro.

Em um vídeo de *unboxing* peculiar, Isa e JP (Figura 36) mostram as obras que foram adquiridas na Black Friday de 2015, com uma diferença. Ela comprou *e-books*; ele, livros físicos. As diferenças revelaram-se já no momento de apresentar o montante das compras. Para evidenciar que havia comprado uma demasiada quantidade de itens, JP empilha as caixas e pacotes e as mostra no vídeo, aparentando estar satisfeito com o montante adquirido; o que não pode ser feito com as aquisições de Isa.

JP realiza a cerimônia do *unboxing* abrindo as caixas, tira um livro de cada vez, fala sobre a obra, o motivo da compra e seus aspectos físicos. Ao desembalar e revelar o conteúdo, expõe o tamanho do livro, a espessura, os detalhes da capa e demais características do livro enquanto objeto físico. Ao ser desembalado e revelado, expõe o tamanho do livro, a espessura, os detalhes da capa e demais características do livro enquanto objeto físico. Cada obra torna-se particularizada a partir da forma como se apresenta, da sua diagramação e dos elementos que a compõe. As aquisições de Isa, por sua vez, são todas padronizadas. Mostra os livros que comprou ao ajustar suas capas na tela do *e-reader*, revelando apenas informações como o preço, local de compra e o motivo da aquisição. Contudo, é a experiência da revelação do conteúdo das caixas o mote para a realização deste tipo de vídeo. As surpresas, descobertas e prazeres da compra são ofertados pelas caixas de JP.

Outro tipo de *unboxing* acontece com o consumo do que os *booktubers* chamam de “caixas misteriosas”. Trata-se de serviços de assinatura onde o assinante recebe todo mês uma caixa na qual os itens que contempla são um mistério. As caixas alinham-se a uma determinada temática em cada mês, relacionando a esta os produtos enviados. Por meio das análises, observo três diferentes tipos de caixa surpresa: a TAG experiências literárias, o Turista Literário e o *NERD*³. A primeira é um sistema de assinaturas semelhante a um clube do livro, onde todos os meses um autor considerado referência no campo literário atua como curador, escolhendo uma obra para ser enviada aos assinantes. A partir da escolha, a equipe da TAG produz uma revista que acompanha o livro, revelando maiores informações sobre a história e sobre aquele que o escolheu, enviando, também, ao assinante, marcadores de páginas personalizados e um brinde com temática livresca.

O Turista Literário possui similaridades com a TAG, diferenciando-se em alguns aspectos. Pode ser adquirido tanto como um sistema de assinatura quanto como uma compra isolada. Não há um curador para a seleção das obras que serão enviadas, é a própria equipe que

realiza esta seleção, sendo que uma de suas idealizadoras é a *booktuber* Mayra (canal *All About That Book*). Os livros selecionados são do gênero YA, lançados recentemente. Segundo Mayra⁴⁵⁷, “*muito mais do que uma caixa surpresa de livros por assinatura, o Turista Literário é uma experiência sensorial que leva o leitor a uma viagem pelo universo literário onde o livro [escolhido] é ambientado*”. Abarca, ainda, um guia de viagens com uma pequena introdução sobre a obra, revelando o destino escolhido naquele mês.

Figura 35 – *Unboxing* com livros no YouTube.



Fonte: <https://youtu.be/1MLzDuNYtFo>

Figura 36 – *Unboxing* com livros e *e-books* no YouTube.



Fonte: <https://youtu.be/e6ZnUpq2Yw>

Figura 37 – *Unboxing* “O cubo misterioso”.



Fonte: <https://youtu.be/F6jJqU7d7ps>

⁴⁵⁷ Disponível em: <<https://youtu.be/4CSR31smFu4>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

A “mala” do turista é composta por um livro surpresa e demais elementos que se relacionam com sua história. Esses elementos, por sua vez, exploram alguns dos cinco sentidos. Para explorar a audição, a equipe cria uma seleção de músicas no Spotify; o olfato é explorado através de sabonetes, incensos ou perfumes; o paladar é explorado por meio de balas, doces, chocolates; o tato é relacionado aos *souvenirs*, e assim por diante. Na primeira mala, o assinante recebe um “passaporte” onde pode inserir os “carimbos” enviados em cada *kit*. Para além do livro, os elementos que compõem a mala “materializam” aspectos que fazem parte da história, objetivando ampliar a imersão do leitor no universo da narrativa.

Já o sistema de assinatura *NERD*³ não se norteia a partir de determinado livro. Seu foco é o universo *geek* e sua temática pode estar relacionada tanto ao lançamento de um filme, de um produto quanto de uma obra. Na Figura 37 é possível visualizar Victor Almeida fazendo um *unboxing* de sua primeira caixa do *NERD*³, na qual a temática era “Amarelou?”, relacionada ao lançamento do filme *Minions 2*. Na caixa constavam diversos itens relacionados ao universo *geek* e à cor amarela, desde adesivos, chaveiros, botons, chocolate de maracujá até um boneco articulável de Stuart, um dos *Minions* protagonistas do filme. Em outras caixas também foram enviados itens como camisetas, pôsteres, cadernetas, bichos de pelúcia e canecas. Assim com as demais caixas, esta também contempla um folheto explicativo sobre a temática do mês.

Este tipo de assinatura é uma tendência nos Estados Unidos e conhecida como *treasure box* (baú do tesouro), intitulada de *Loot Crate* quando os produtos são especificamente relacionados às culturas *geek* e *gamer*. No Brasil, além do universo literário e *geek*, há também caixas surpresas relacionadas a cosméticos (*Glambox*), cervejas (*Clubeer*), acessórios masculinos (*Rabixo*), sapatos (*Shoes4You*), vinho (*ClubeW*) e café (*Moka Clube*). (BALDRATI, 2013, online). As empresas atuam como um sistema de curadoria, escolhendo os produtos que irão compor a caixa, sendo a surpresa de quais itens serão enviados um dos principais diferenciais desse serviço.

A prática do *unboxing* remete-me à concepção de Barbosa e Campbell (2006) sobre consumo, quando propõem que ele é mais do que compras de bens ou aquisições de serviços. Consumo também é acesso, também é experiência. Remete-me também às palavras de Burgess e Green (2009, p. 31), onde os autores argumentam que “o consumo não é mais visto necessariamente como o ponto final na cadeia de produção e sim como um espaço dinâmico de inovação e crescimento de si”. O *unboxing* expõe que o ato da compra não é necessariamente o fim do processo. Ele pode ser a mola propulsora para o compartilhamento e interação na medida em que, a partir de uma determinada experiência, há conversação entre *booktubers* e seguidores através dos comentários dos vídeos.

A prática de *unboxing* com livros contradiz as percepções de Tavares (2011, online) e Butter (2013, online). Este último destaca que tal prática “tem como objeto, sobretudo, produtos com ‘brandscência’, de marcas às quais se associa mais do que apenas valor de uso ou valor de troca, mas também uma aura”. Esta afirmação contemplaria produtos da Apple, por exemplo. Já Tavares (2011, online) vê o *unboxing* como “abertura de embalagens de produtos de alto valor agregado”, pois através deste o possível consumidor do produto poderia nutrir-se de informações de outros consumidores antes de efetuar uma compra que poderia “denotar um alto grau de racionalidade”. Na comunidade, entretanto, a maioria dos *unboxings* não são realizados com produtos de marcas conhecidas ou alto valor agregado.

Ao gravar o vídeo, o consumidor retrata a sua experiência de consumo, narrando e mostrando a quem assiste aquilo que desembala. Quando o vídeo é assistido, outro consumidor possui um consumo de experiência, a experiência de outro consumidor, desconhecido ou não, que lhe transmite, através da tela, a fruição do produto e do ato de consumir. O ato de mostrar a compra de livros em vídeo esclarece, em primeira instância, que o consumo literário não se restringe ao ato de ler ou comprar um livro: é preciso experienciá-lo de uma forma completa. Este consumo relaciona-se também ao sentir, tocar, apreciar. A leitura é enriquecida de outros sentidos para além da visão, como demonstra a narração dos vídeos, que nos fala sobre cheiros, texturas, brilhos, capas, etc. É por meio desta premissa, lembro, que as caixas surpresas TAG e Turista Literário norteiam-se. É perceptível, também, que as empresas estão explorando a relação sensorial proporcionada pela leitura e potencializada por outros elementos, como cheiros e comidas.

Lindstrom (2009, p. 55-56) atribui a prática do *unboxing* aos neurônios-espelho, ou seja, “neurônios que se ativam quando uma ação está sendo realizada e quando a mesma ação está sendo observada”. Em outras palavras, esclarece: “quando assistimos alguém fazendo algo, seja um pênalti convertido em gol ou um arpejo perfeito em um piano [...], nosso cérebro reage como se nós mesmos estivéssemos realizando aquelas atividades”. Ou seja, “é como se ver e fazer fossem a mesma coisa”. Os neurônios-espelho explicariam os motivos pelos quais alguém retribui um sorriso com outro, ou por que, ao se ler um livro, é possível sentir as emoções dos personagens. Também explicaria por que compramos coisas que outras pessoas estão comprando – “quando vemos um par de fones de ouvidos estranhos saindo da orelha de alguém, nossos neurônios-espelho desencadeiam em nós um desejo de ter acessórios descolados iguais àqueles”.

Observar os outros comprando e repetir seu comportamento de compra seria justificado tanto pelos neurônios-espelho quanto pela presença de dopamina, “uma das substâncias

químicas cerebrais ligadas ao prazer”. Sobre esta combinação de imitação + prazer, Lindstrom (2009, p. 61-62) relata que “existem sites de compartilhamento de vídeo inteiramente dedicados a esse tipo de prazer delegado: em www.unbox.it.com e www.unboxing.com, os internautas podem assistir a estranhos de todo o mundo abrindo suas várias compras”. Não penso que os seguidores e *booktubers* observam os atos de compras de terceiros apenas porque não podem consumir tal produto e este seria o único modo de terem seu desejo saciado. Mas, constato que, no caso da comunidade *booktube*, ao assistir a este tipo de vídeo, os seguidores têm despertada a vontade de também possuir os produtos desembalados, tal como observado nos comentários do vídeo de Victor (Figura 37):

Seguidor 1: *pfv me explica. Eu tenho que pagar todo mês para ganhar a caixa ou uma vez só? pfv me responde eu quero muito essa caixa.*

Seguidor 2: *Que coisa mais incrível esse serviço de assinatura!!!! Como assim eu ainda não conhecia essa maravilha????? Ameeeeeiiiiii isso!!!!.*

Seguidor 3: *AAAAAI MEU DEUS!!! EU QUERO MINIONS.*

Seguidor 4: *Adorei essa coisa nerd, vou pensar e se tudo der certo, com certeza irei assinar. Muito bom o vídeo, e uau, quantas coisas amarelas fofas <3.*

Noto, a partir disso, que ao compartilhar o prazer de abrir uma caixa e desvendar o seu conteúdo, este prazer é delegado e despertado também em seguidores que assistem ao vídeo. Para além desse despertar, o *unboxing* também desvenda para aquele que o assiste a materialidade dos livros. Nos outros tipos de conteúdo produzidos pela comunidade, a materialidade que compõe o objeto livro é expressa, mas geralmente sua relevância é secundária, pois a ênfase está na narrativa em si, na história e no desenvolvimento dos personagens. O *unboxing*, assim como a *Bookshelf Tour*, é um tipo de vídeo em que o foco é a materialidade do objeto, que é revelada e usufruída em conjunto, tanto por aquele que desembala quanto pelo que assiste o desembalar. Por fim, os *unboxings* também norteiam e auxiliam os seguidores em suas compras, ao expor informações sobre preços, lojas, extravios, vantagens e desvantagens no momento da aquisição.

A partir da análise descritiva das doze categorias em que os conteúdos analisados se enquadram, observo mais atentamente algumas instâncias que permeiam as relações estabelecidas a partir da leitura e do livro no *booktube*. Mais especificamente, compreendo a conversação, as negociações, as expressões e os conflitos que podem ser observados a partir da análise dos vídeos e de seus comentários. A **conversação** é a mola propulsora para a existência

de um *booktube*, tendo como mote norteador a literatura e os assuntos a ela relacionados, assim como demais produtos da Indústria Cultural.

A conversação é uma das formas na qual o YouTube torna-se rede social e o *booktube* torna-se comunidade. Ao refletir sobre a criatividade para driblar a arquitetura do site e construir espaço comunicativo, Burgess e Green (2009, p. 95) ponderam: os *youtubers* “desenvolveram sua própria solução para o problema, instituindo convenções coletivas para contornar a ausência de um mecanismo verdadeiramente rico em mídia e interatividade”. Deste modo, “o desenvolvimento coletivo de soluções similares a essa para contornar limitações tecnológicas identificadas aponta para o desejo poderoso da comunidade do YouTube em incorporar práticas de vídeos às redes de conversação e não somente de ‘se transmitirem’”.

7.2 Conversações, interações, negociações e conflitos

A partir das descrições dos *booktubers*, posso inferir elementos que se mostram como um padrão entre os canais. Dentre elas está a utilização de um cumprimento informal, como *oi, olá, tudo bem?*, seguido da apresentação do nome do *booktuber*, tal como são realizadas, geralmente, as apresentações informais durante uma conversa entre pessoas que estão se conhecendo presencialmente – *Oi, eu sou o Allison!*; *Oi, eu sou a Beta*; *Olá! Me chamo Nayana Ashley*; *Olá, eu sou o Henrie*; *Oi, sou o Renan Rocha, tudo bom?*; *Oi, gente! Eu sou a Rapha!*; *Olá, migos! Meu nome é Thereza Andrada*; *Oi, gente! Meu nome é Carol*.

Alguns informam seu nome, mas sugerem uma maior aproximação a partir da utilização de um apelido – *Olá, meu nome é Mayra (pode me chamar de May)*; *Oieeeee, meu nome é Simeia, mas podem me chamar de Si [...]*; *Salve, salve galera! Meu nome é Leonardo Oliveira mas pode me chamar de Léo. [...]*; *Oi, eu sou a Michelle, mas pode me chamar de Michas [...]*. A apresentação dos *booktubers*, informal e pessoal, demonstra o tom de diálogo que estes utilizam nos vídeos. Uma conversa horizontal entre leitores que, por mais que não se conheçam, possuem um gosto em comum.

É interessante notar, tanto nas duas descrições a seguir quanto na argumentação de Victor Almeida que, por mais que o leitor leia sozinho, a leitura também é uma busca pelo outro. Um outro eu, um outro autor, um outro leitor. Encontrar pessoas para conversar, trocar ideias, informações, impressões, descobertas e criar afinidades a partir da aproximação que os livros e a leitura proporcionaram é uma das características chaves do *booktube*.

Olá, meu nome é Mayra (pode me chamar de May) e desde que me conheço por gente gosto de ler. Apesar da solidão fazer parte de ser um leitor, acredito que a experiência de se ler um livro e mergulhar num universo desconhecido, pode ser enriquecida quando se divide com alguém. Meu objetivo aqui é apenas este: encontrar pessoas que gostam de livros tanto quanto eu e topam conversar sobre isso, mesmo que nossas opiniões nem sempre combinem. (All about that book).

Melhor do que encontrar um bom livro que nos faça chorar, sorrir, pensar e ter novas ideias, é encontrar outras pessoas que tiveram a mesma reação. O Vórtice Fantástico foi criado para unir essas pessoas e ideias em clubes do livro espalhados pelo país. Aqui, leitores de ficção científica e fantasia serão sugados para um lugar fora do espaço/tempo onde encontrarão mundos, histórias, letras e amigos. (Vórtice Fantástico).

[...] Eu aprendi que ler aproxima as pessoas de forma assustadora. Não é só a questão de encontrar outra pessoa com um hobby em comum, é questão de você compartilhar sentimentos porque a leitura é algo muito pessoal e eu acho que quando a gente compartilha sobre ela a gente acaba compartilhando um pouco sobre a gente mesmo [...]. (Geek Freak)⁴⁵⁸.

Os canais literários são criados por se caracterizarem como uma forma de um leitor encontrar outros leitores, dialogar e debater sobre aquilo que leem, o que gostam, aquilo que consomem. O diálogo estabelecido entre os *booktubers* e os seguidores se revela nas descrições dos canais através de um convite para a conversa e para o compartilhamento de experiências e opiniões sobre a cultura literária.

*Eu leio um livro, comento sobre ele e podemos **conversar** a respeito. Se você, assim como eu, **ama falar sobre livros**, tá no lugar certo! (Mell Ferraz Literature-se).*

*Vamos **conversar** um pouco sobre livros, séries, filmes e muito mais? Um canal sobre literatura e outros assuntos. (Romeu Julieta).*

*Quer **conversar** sobre livros? Então está no lugar certo [...]. (Maquiada na Livraria).*

*Canal literário criado por dois bibliófilos que não tem (tinham) com quem **conversar**, discutir e expor suas ideias sobre os livros lidos. (Admirável livro novo).*

A partir do convite para a conversa, esta acontece essencialmente através dos comentários na página dos vídeos, onde eles atuam como um recurso para estabelecer e fortalecer a relação entre os *booktubers* e seus seguidores, assim como entre a própria comunidade. Isso porque, o *booktuber* não apenas produz conteúdos, ele também consome o conteúdo produzido por outros canais. Ao fazer um comentário em outro canal literário, contribui para a sua valorização, seu crescimento e para o fortalecimento da própria comunidade.

⁴⁵⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hL_bvshVAdI>. Acesso em: 30 set. 2016.












âmbito literário, além de expressões que são criadas e propagadas cotidianamente, especialmente por meio da internet, como *crush*, *flop* e *hype*.








Durante a pesquisa, senti necessidade de organizar as expressões que são utilizadas no *booktube*, uma vez que estas estão inseridas no diálogo dos leitores de forma naturalizada, pressupondo que aquele que assiste ao vídeo também partilha de tal expressão em seu vocabulário. Outras vezes, por solicitação dos seguidores, os *booktubers* produzem vídeos específicos para esclarecer o que tal expressão significa; contudo, maiores explicações são ofertadas, *a grosso modo*, para elucidar gêneros literários e quais obras se enquadram nestes.

Sobre este aspecto, mesmo discernindo que na literatura há gêneros e subgêneros, entendo que as categorias aqui abordadas se tratam de gêneros literários porque os *booktubers* assim os consideram e por levar em consideração a argumentação de Soares (2007, p. 7), ao afirmar que gênero literário é a filiação de uma “obra literária a uma classe ou espécie; ou ainda é mostrar como certo tempo de nascimento e certa origem geram uma nova modalidade literária”. Todavia, segundo Stalloni (2001, p. 16), não há um consenso na literatura sobre a definição e a delimitação de gênero; deste modo, adaptações da definição geral ofertada por Kibedi-Vargas – “uma categoria que permite reunir, segundo critérios diversos, um grande número de textos” – se fazem necessárias.









Como a literatura muda com a sociedade no decorrer dos anos, é condizente que novas histórias não se enquadrem especificamente em gêneros pré-existentes – comédia, drama, romance, tragédia, etc –, o que elucidada, por sua vez, o surgimento de novos gêneros. Não foi meu objetivo realizar uma varredura sobre novos gêneros literários, o quadro a seguir abarca apenas os gêneros que foram mencionados e comentados dentro da comunidade *booktube* de modo mais recorrente, como observado nos vídeos que podem ser acessados através dos QR Codes de cada tópico. Ressalto que algumas expressões já foram analisadas no decorrer deste capítulo, por isso foram inseridas e organizadas no Quadro 1 de forma resumida.






Quadro 1 – Expressões, conceitos e significados da comunidade *booktube*.




Expressão/ Conceito	Significado	Exemplo
<i>Tipologia da comunidade booktube</i>		
Book Haul	Traduzido como “lançamentos de livros”, neste tipo de vídeo os <i>booktubers</i> mostram seus livros novos, adquiridos por meio de comprar, troca, envio de editora ou do autor, assim como livros presenteados.	
Bookshelf Tour	Vídeos nos quais o foco é a estante dos <i>booktubers</i> . Estes fazem um passeio por suas prateleiras, mostram todos os livros que sua biblioteca dispõe, explanando geralmente sobre o sistema de organização do acervo.	
Book Talk	Vídeos nos quais o <i>booktuber</i> propõe um determinado assunto para a reflexão e conversação, tanto através dos comentários do referido vídeo quanto por meio de vídeo-resposta.	
Book Unhaul	Trata-se de uma lista de livros que os <i>booktubers</i> querem se desfazer; passando-os adiante através de doações, sorteios, trocas ou venda.	
Feat.	Os títulos que contemplam a expressão “feat.” revelam a participação de outra pessoa no vídeo, geralmente outros <i>booktubers</i> . “Feat” é uma abreviação de “Featuring”, que por sua vez significa participação.	
Giveaway	São os sorteios de livros e outros objetos realizados pelos <i>booktubers</i> entre seus seguidores.	
TBR	A expressão “To Be Read” – mais conhecida como <i>TBR</i> , traduzida para o português como “para ler”, trata-se de listas de leituras elaboradas pelos <i>booktubers</i> , seja uma lista de livros para serem lidos em um determinado período ou determinado projeto, como as maratonas literárias.	
TBR Jar	Relacionada à <i>TBR</i> , a <i>TBR Jar</i> é a prática de utilizar um recipiente que contém diversos títulos de livros escritos em papéis avulsos para sortear uma leitura que será realizada, ficando a critério do <i>booktuber</i> estabelecer quais livros serão inseridos e em quais momentos haverá o sorteio.	
VEDA	Um tipo de acróstico criado a partir da frase Vlog Every Day April/August. O VEDA propõe um desafio ao <i>booktuber</i> : gravar e postar um vídeo por dia durante o mês de abril ou agosto.	
Wish list	Lista de livros desejados dos <i>booktubers</i> . Este tipo de vídeo revela os livros que estes gostariam de receber ou almejam comprar, tratando-se geralmente de lançamentos do mercado editorial brasileiro.	
<i>Práticas relacionadas à leitura</i>		
Buddy read	Pode ser traduzido como “companheiro de leitura”. Trata-se da prática de ler um determinado livro junto com um amigo, para que ambos conversem sobre a obra no decorrer do processo de leitura.	

Guilty Pleasures	Traduzidos como “prazeres com culpa”, os <i>guilty pleasures</i> ocorrem quando uma pessoa gosta de um produto e esconde o fato, consumindo-o secretamente pois este é “condenado” em seu grupo social.	
OTP	Trata-se da sigla para <i>One True Pairing</i> , que pode ser traduzida como “único amor verdadeiro”. A expressão refere-se à combinação de dois personagens que formariam um “casal perfeito”. Entre os exemplos mencionados pelos <i>booktubers</i> estão Tessa e Will (<i>As peças infernais</i>) e Hermione e Rony (<i>Harry Potter</i>).	
Quote	Citação preferida de uma obra literária. Alguns quotes são amplamente compartilhados, como a frase “Ok? Ok” e “alguns infinitos são maiores que outros”, ambos de <i>A culpa é das Estrelas</i> (John Green).	
Sprint	É a prática na qual os leitores combinam por meio do Twitter um determinado período de tempo para lerem juntos. Ao findar o tempo estabelecido, retornam para a plataforma a fim de conversar sobre a leitura escolhida por cada.	
Shippar	Segundo Amâncio (2014, p. 10), trata-se de “uma forma aportuguesada para definir essa sensação de gostar muito de um casal, real ou não, da mesma história ou não, e apoiar o romance entre os dois”, torcendo para que a relação progrida. Diniz (2013, online) constata que o termo se origina da palavra em inglês <i>relationship</i> , que significa relacionamento, resultando nas expressões “ <i>Ship</i> (um determinado casal), <i>Shipper</i> (pessoa que torce por um casal), e <i>Shippar</i> (a prática de torcer para um casal)”. Entre os <i>booktubers</i> , a <i>shippagem</i> relaciona-se essencialmente à personagens ficcionais.	
Spoiler	Segundo Jenkins (2009, p. 387), o termo <i>spoiling</i> refere-se à “revelação sobre conteúdo de uma série de televisão que talvez não fosse do conhecimento” da maioria dos espectadores. Montardo (2014) complementa ao esclarecer que <i>spoiler</i> refere-se tanto ao conteúdo que é revelado quanto a quem o revela. Deste modo, traduzido como “desmancha prazeres”, o <i>spoiler</i> são informações chaves dentro de uma dada narrativa que são reveladas antes de seu acontecimento. Aquele que “dá um <i>spoiler</i> ” estraga a surpresa daquele que o recebe em relação ao desenrolar da história. Na comunidade <i>booktube</i> , os <i>spoiler</i> se referem, de forma geral, ao universo literário.	
<i>Recursos narrativos</i>		
Cliffhanger	Também conhecido como “gancho”, é um momento de clímax e suspense na história, deixando o leitor/espectador curioso para saber o que irá acontecer, pois ocorrem no encerramento de um livro, filme, série ou demais produtos televisivos. Os <i>booktubers</i> referem-se ao <i>cliffhanger</i> na literatura – como no livro <i>Todo dia</i> (David Levithan) e <i>Nunca, jamais</i> (Colleen Hoover e Tarryn Fisher) –, mas essa é uma prática comum em séries e novelas. Os <i>cliffhanger</i> são “normais” em livros inseridos em sagas, séries, trilogias e duologias, mas considerados “irritantes” quando ocorrem em livros únicos.	

Gender Swap	Expressão que denomina a troca de gênero de personagens de histórias já publicadas. Um de seus exemplos é a obra <i>Vida e Morte: Crepúsculo Reimaginado</i> , na qual a autora da saga <i>Crepusculo</i> , Stephenie Meyer, alterou o gênero dos personagens. Deste modo, a Bela torna-se o Beau, e o Edward tornou-se a Edythe.	
Plot	Trata-se do enredo central da história, um resumo do início, meio e fim, expressos em uma frase. Para o roteirista de cinema Marcelo Andrighetti, um <i>plot</i> é um guia para o escritor, é a frase que lhe auxiliará no planejamento da narrativa. “Durante uma viagem de navio uma mulher da alta sociedade se apaixona por um homem pobre, mas ao colidirem com um iceberg precisam lutar para ficar juntos”. Esta frase, por exemplo, é o <i>plot</i> de <i>Titanic</i> .	
Plot Twist	Traduzido como uma “torção no enredo”, o <i>plot twist</i> é uma reviravolta inesperada na história, provocando mudanças significativas na trajetória das personagens e no rumo da narrativa.	
Spin-off	O termo refere-se a uma obra que foi criada a partir de outra já existente. Em outras palavras, ocorre quando um produto deriva de outro, geralmente focando em determinados aspectos da narrativa original. Entre alguns exemplos inclui-se o filme <i>Animais Fantásticos e onde habitam</i> , <i>spin-off</i> de <i>Harry Potter</i> e o livro <i>A breve segunda vida de Bree Tanner</i> , <i>spin-off</i> de <i>Crepusculo</i> .	
<i>Mercado editorial</i>		
Blurb	Frases que por vezes constam na capa do livro, com um viés publicitário. Um <i>blurb</i> pode tanto motivar um leitor a comprar a obra quanto afastá-lo. Tatiana comenta sobre o <i>blurb</i> da obra <i>Submissão</i> (Michel Houellebecq), alegando que a frase “O livro mais polêmico do ano” é horrível.	
Book Jackets	Chamadas corriqueiramente de <i>jackets</i> , tratam-se de capas sobrepostas à capa principal do livro, podendo ser retiradas. Sua utilização é incomum no mercado editorial brasileiro, sendo mais notório no mercado estrangeiro. Seu propósito original era a proteção do livro, mas com o passar do tempo tornaram-se uma das estratégias de marketing utilizadas pelas editoras. (CARVALHO, 2008).	
Booktrailer	Os <i>booktrailers</i> são vídeos produzidos por editoras, em sua maioria, no qual a sinopse da obra é apresentada ao leitor, onde este percebe o teor da história. Seu principal objetivo é despertar a atenção dos leitores e, por consequência, incentivá-los a adquirir um exemplar, assim como os <i>trailers</i> de filmes.	
Livros interativos	Livros que propõem ações não convencionais ao leitor, seja colorir, completar ou destruir, proporcionando uma interação que envolve a fruição do objeto livro. Nesta categoria, há os livros para colorir (<i>O Jardim Secreto</i> , de Johanna Basford), para listar (<i>Listografia: Sua Vida em Listas</i> , de Lisa Nola; <i>Uma Página de Cada Vez</i> , de Adam J. Kurtz), para decorar (<i>Decore este Diário</i> , de Sandra Fayet e Zambi), para “destruir” (<i>Destrua este Diário</i> , de Keri Smith), entre outros. Segundo Zambi, ilustrador de <i>Decore este Diário</i> , o potencial do livro interativo é explorado em uma época em que “todos já nascem com tecnologia caindo em seus colos”. Neste viés, “o interativo convencional se torna a novidade”. (ZEROHORA, 2015, online).	

Stand-alone	Basicamente, são livros únicos, que não possuem sequência.	
<i>Expressões utilizadas pela comunidade</i>		
Crush literário	Expressão originalmente inglesa, incorporada à língua portuguesa como gíria cujo sentido aproximado pode ser entendido como “paixonite”. O <i>crush</i> é aquele que desperta interesse emocional em alguém. Na comunidade <i>booktube</i> , a expressão é ressignificada e relacionada aos livros. Deste modo, o <i>crush literário</i> trata-se de um determinado personagem fictício que causa sentimentos amorosos no leitor.	
Flopar	A tradução de flop é “fracasso”, “fiasco”. Neste caso, flopar é fracassar, não conseguir realizar aquilo ao que tinha se proposto anteriormente. A expressão é utilizada pelos <i>booktubers</i> geralmente quando estes não conseguem cumprir metas de leituras, participar de desafios, maratonas, de projetos, entre outras possibilidades.	
Hype	Expressão que pode ser entendida como “sucesso”, “sensação”, “algo que está bombando”. Quando um livro é muito comentado ele está na <i>hype</i> . Também pode-se dizer que é um “livro <i>hypado</i> ”.	
Lacre	Expressão difundida nas redes sociais, aparentemente criada pela <i>youtuber</i> Romagaga em seu vídeo <i>O novo Album da Britney, Chicoteia as inimigas</i> . Lacre pode ser compreendido como “arraso”. Deste modo, lacrar é arrasar; aquele que lacra, arrasa.	
Mimizento (a)	Mimizento é aquele que faz muito “mimimi”. Esta expressão pode ser entendida como excesso de reclamação, dengo, choro. O mimimi foi incorporado à língua portuguesa, propagando-se por meio da internet. Em suma, o mimizento é uma pessoa que reclama demasiadamente.	
Poser	Expressão informal que se refere àquele que “diz ser o que não é”. Em suma, também pode significar alguém que se apresenta como um profundo conhecedor de determinado campo, mas que não possui, de fato, tal conhecimento. Contudo, ser chamado de <i>poser</i> em um fandom é um tipo de insulto. Mariana (canal <i>Marianareads</i>) conta como foi difícil ter acesso aos produtos da saga <i>Harry Potter</i> morando em uma cidade onde não havia nem livrarias, nem acesso à internet. Por isso, a <i>booktuber</i> consumiu demasiadamente aquilo que tinha a sua disposição. Aprendeu inglês traduzindo as falas dos filmes e copiou à mão o primeiro livro da saga. Quando teve acesso às comunidades virtuais formadas por fãs, foi taxada de <i>poser</i> por desconhecer alguns fatos, o que acabou afastando-a do fandom: “ <i>eu fui muito judiada pelos fãs de Harry Potter</i> ”, declara.	
<i>Gêneros literários</i>		
Chick Lit	Em tradução literal, <i>chick lit</i> significa “literatura de menina”. É uma expressão difundida principalmente pelo mercado editorial, referindo-se à livros de ficção contemporâneo em que a protagonista, <i>via de regra</i> , é uma mulher e os seus conflitos em relação ao trabalho, família e relacionamentos afetivos são os principais temas abordados. Entre alguns exemplos que se enquadram nesta categoria estão <i>Em Seu Lugar</i> (Jennifer Weiner),	

	<i>Laços Inseparáveis</i> (Emily Griffin), <i>Como eu era antes de você</i> (Jojo Moyes) e <i>O Diário de Bridget Jones</i> (Helen Fielding). Contudo, apesar de ser uma categoria reconhecida, o termo possui seus problemas, já que é errônea a separação entre o que são livros de menina e livros de menino.	
New Adult	Segundo a <i>booktuber</i> Paola Aleksandra, este gênero foi criado em 2009 pela editora Martins Press, após a percepção de que havia um hiato entre os livros destinados à jovens adultos e os destinados aos adultos. O <i>New Adult</i> (novo adulto) se encaixa neste momento de transição, com personagens na faixa etária entre os 18 e 25 anos, abordando temas como a relação entre os jovens e os pais, universidade, envolvimento amorosos, sexualidade, inserção no mercado de trabalho, independência financeira, etc. Dentre os títulos que se encaixam nessa categoria estão <i>Belo desastre</i> (Jamie McGuire), <i>After</i> (Anna Todd), <i>Estranha perfeição</i> (Abbi Glines), <i>Um caso perdido</i> (Colleen Hoover) e <i>Entre o agora e o nunca</i> (J.A. Redmerski).	
Road Trip	São livros cuja narrativa acontece durante uma viagem, geralmente feita de carro onde os personagens viajam sem destino certo. Nesta categoria, incluem-se os livros <i>Vivian Contra o Apocalipse</i> (Katie Coyle), <i>Teorema Katherine</i> (John Green), <i>Mosquitolândia</i> (David Arnold) e <i>Apenas Um Dia</i> (Gayle Forman).	
Romance de banca	Também conhecidos como “ficções cor-de-rosa”, “Pornô Vovó” e “romances tipo Julia e Sabrina”, os romances de bancas, como o próprio nome revela, são livros vendidos em bancas de revista ou bancas de jornal, produzidos com materiais e formatos diferenciados, o que os torna mais acessíveis economicamente do que um livro comum. Os romances de banca são focados no público feminino, advindo das histórias que eram retratadas em folhetins.	
Sick-lit	Esta categoria abarca os livros com personagens que enfrentam algum tipo de doença, seja física (como o câncer) ou psíquica (como a depressão). O <i>Sick-lit</i> ganhou notoriedade com a obra <i>A Culpa é das estrelas</i> que, em 2014, foi um recorde de vendas. (FAILLA, 2014, p. 82). Entre outros exemplos podemos citar: <i>As vantagens de ser invisível</i> (Stephen Chbosky), <i>Extraordinário</i> (R. J. Palacio), <i>Morte súbita</i> (J. K. Rowling), <i>Os 13 porquês</i> (Jay Asher) e <i>Por lugares incríveis</i> (Jennifer Niven).	
Steampunk	Segundo Jenkins, Green e Ford (2014, p. 136), <i>steampunk</i> é um “subgênero da ficção científica centrado na releitura de tecnologias e práticas culturais da era vitoriana”. Os autores explicam que, diferentemente do <i>cyberpunk</i> – que coloca o foco nos “defeitos percebidos nas tecnologias digitais –, o steampunk foca as “virtudes dos antigos dispositivos mecânicos”. Para Shaner (2011), o <i>steampunk</i> insere dispositivos movidos a vapor, itens de relojoaria e dirigíveis em grandes papéis nas sociedades retratadas. O “punk”, neste caso, refere-se aos enredos das histórias, que geralmente são envoltos em elementos de mudanças sociais e rebeliões. Julio Verne foi um dos precursores desse subgênero, que conta atualmente com obras como <i>O castelo animado</i> (Diana Wynne Jones), <i>Os Segredos de Wintercraft</i> (Jenna Burtenshaw) e <i>Código de Ferro</i> (Caitlin Rittredge).	

Space Opera	Considerado um subgênero da ficção científica, o Space Opera pode ser entendido como uma “novela espacial”, uma vez que utiliza roteiros dramáticos e exagerados. Nesta categoria inclui-se a obra <i>Fundação</i> , de Isaac Asimov. (FARIA, online).	
Thriller	Gênero que é percebido tanto na literatura quanto em filmes, séries e demais produtos da Indústria Cultural. Seu mote principal é o suspense, podendo desdobrar-se em campos mais específicos – thriller psicológico, thriller policial/criminal, thriller político, thriller tecnológico e thriller de conspiração. Dentre os exemplos encontram-se <i>A Desconstrução de Mara Dyer</i> (Michele Hodkin), <i>Garota Exemplar</i> (Gillian Flynn), <i>Caixa de Pássaros</i> (Josh Malerman), <i>A garota no trem</i> (Paula Hawkins) e <i>A química</i> (Stephenie Meyer).	
YA	YA é a abreviação de <i>Young Adults</i> (jovem adulto), um gênero que abarca diversos temas como distopias, fantasia e conflitos contemporâneos. São, basicamente, livros direcionados aos adolescentes, ganhando notoriedade com a publicação de <i>Harry Potter</i> (J.K. Rowling), <i>Crepúsculo</i> (Stephenie Meyer), e <i>Jogos Vorazes</i> (Suzanne Collins), abarcando também outras publicações como <i>Para todos os garotos que já amei</i> (Jenny Han), <i>Eleanor & Park</i> (Rainbow Rowell) e <i>Uma chama entre as cinzas</i> (Sabaa Tahir).	

Fonte: Elaborado pela autora.

Na comunidade, percebo que a interação comunicativa, que é mediada pela tecnologia, pode ser observada sob o viés da teoria de Goffman (2002). Conforme apresentado nas análises, há uma ampla utilização de gírias, *memes*, *emoticons*, imagens, abreviações, etc, compondo o dispositivo linguístico estabelecido culturalmente, propagado pela rede e assimilado pelos *booktubers*. O modo como suas fachadas são expressas influencia suas interações, sendo a linguagem empregada uma forma criativa de expressão e, por conseguinte, signo de identidade grupal. Esta identidade é percebida, para além da criatividade, através das modulações linguísticas empregadas pela comunidade ao falarem a “mesma língua” utilizando códigos linguísticos, tal como apresentado no Quadro 1.

A partilha destes códigos também promove o auto reconhecimento dos seus semelhantes. Vale ressaltar que a conversação em rede no *booktube* é essencialmente assíncrona, isto é, não ocorre em tempo real, realizando-se em diferentes tempo e espaço. A verbalização é a forma clássica de o amador exercer sua reflexividade, composta por um vocabulário específico contendo expressões altamente codificadas. É através desta verbalização que o gosto é identificado, equipado e compartilhado com os demais integrantes da comunidade. Isto mostra que, para o amador aqui analisado, não basta gostar, é preciso afirmar que gosta por meio de códigos linguísticos utilizados pelo grupo ao qual pertencem.

Como já mencionado, os canais no YouTube, assim como os literários, convidam a uma reação, a uma crítica, a uma resposta. Eles geram discussões em torno de assuntos específicos. Tal comunicação e relação pode ocorrer de diversas maneiras. Uma delas, para além dos comentários dos seguidores e dos *booktubers* na página do vídeo, é a utilização de um vídeo-resposta, pois, como observam Burgess e Green (2009, p. 79), um vídeo pode ser uma resposta a outro, “conduzindo discussões ao longo do YouTube e respondendo diretamente a comentários deixados em postagens anteriores”.

Um exemplo de tal reação foi iniciado por Tatiana Feltrin em um *Book Talk* intitulado “*Afinal, quem tem cacife para falar de literatura?*”⁴⁵⁹. No vídeo, declara que gostaria de “*levantar uma discussão*”, demonstrando seu incômodo com algumas críticas e comentários que questionam sua qualificação ao criticar/resenhar um livro. Comentários como “*Quem é você para falar de Fernando Pessoa?*”; “*Quem é você para criticar tal tradução?*” são lembrados por Tatiana para exemplificar a questão. Mas, sua principal motivação para abordar o assunto foi o comentário de um determinado *booktuber* – que não é citado – em um *Bookshelf tour* onde este, ao mostrar o livro *Ficando longe do fato de já estar meio que longe de tudo* (David Foster Wallace) faz o seguinte comentário: “*tem muita gente falando sobre este livro pela internet, gente que não tem nem cacife pra falar desse livro*”.

Tatiana ficou incomodada com tal afirmação e decidiu, então, averiguar qual era a opinião daqueles que acompanham o seu canal, ou assistiram o vídeo. Para iniciar a discussão, propôs duas perguntas: “*Quem (ou o que) determina quem tem cacife ou não pra falar de literatura?*” e “*Pessoas que não conhecem teoria literária podem falar de literatura?*”. Tatiana incentiva as pessoas para que respondam e comentem da forma que considerarem melhor e complementa sua indagação ao perguntar-se sobre quem teria mais cacife para falar sobre determinado autor ou determinado livro.

Expondo sua opinião sobre o preconceito literário que pode ocorrer nos comentários ou até mesmo em vídeos como o que incitou a discussão, Tatiana afirma que nós temos total liberdade de falar sobre o que quisermos na internet, pouco importando se expressamos nossas opiniões em vídeo no YouTube, em blogs pessoais, ou através de outras plataformas, desde que limites em relação ao respeito, à moral e à ética sejam preservados. Falando sobre as opiniões relacionadas à literatura, comenta: “*se você expuser suas ideias amparadas por uma boa base teórica, isso vai ser lindo, mas isso não é essencial*”. Assim, ela toca em um importante ponto sobre a prática de comentar sobre livros na internet:

⁴⁵⁹ Disponível em: <https://youtu.be/YrOGE_DVJHM>. Acesso em: 26 out. 2016.

[...] às vezes eu acho que a vaidade intelectual das pessoas impede que elas vejam o quão legal é a gente viver em uma época em que eu posso ir a uma livraria, comprar vários livros e vir até aqui mostrá-los em um vídeo e perguntar assim: e aí gente, vocês já leram? O que vocês acharam? Por qual eu deveria começar?

Tatiana pensa que não é preciso que professores de literatura façam vídeos para falar sobre livros. O mais interessante, a seu ver, é entrar em contato com pessoas que leram os mesmos livros ou que possuem gostos literários semelhantes aos dela, sendo a qualificação acadêmica de tais pessoas uma característica pouco relevante para expor suas opiniões. Sua percepção reflete também a de Burgess e Green (2009, p. 85, grifo do autor), pois os autores afirmam que, no YouTube, “a criação de conteúdo é provavelmente muito menos importante do que os *usos* desse conteúdo dentro dos vários parâmetros das redes sociais”. Isto é, as relações e conexões estabelecidas são mais valiosas do que o conteúdo do vídeo em si. O vídeo teve considerável repercussão entre os *booktubers* e pessoas que acompanham Tatiana na internet (em um vídeo-resposta, um *booktuber* comenta que a discussão está “bombando”).

Em seu vídeo-resposta para Tatiana, a *booktuber* Verônica Valadares (canal *Vevsvaladares*) lembra que o preconceito ocorre em outros âmbitos, como na música erudita. Relatando um acontecimento pessoal, comenta que algumas pessoas criticaram seus vídeos sobre romances de Dostoiévski, alegando que as obras não eram leituras indicadas para “*não iniciados*”. A *booktuber* comenta: “oi? Isso é uma seita agora?”. Ela responde a crítica contando um “*segredinho*” que não havia mencionado em seus vídeos.

Ela não só havia lido os livros do autor, como também havia cursado uma disciplina sobre este, onde se aprofundou em sua biografia, discutiu suas obras e o seu papel no campo literário e adentrou em teorias, incluindo os preceitos de Bakhtin e Freud. Alega que não havia mencionado isto em seus vídeos porque o fato de ter feito prova, escrito ensaios e discutido teoricamente o autor não a legitima mais para falar sobre Dostoiévski no *booktube* do que aqueles que não se aprofundaram tanto em pesquisas para compreendê-lo. Para ela, não há razão em gravar um vídeo “*destilando teoria literária*” para legitimar sua opinião. Após os esclarecimentos, afirma: “o único pré-requisito para você poder falar sobre literatura é ler o livro. Isso vai te fazer ter cacife para falar de literatura”.

Isa (canal *LidoLendo*), argumenta em seu vídeo-resposta que ficou com raiva assistindo ao vídeo da Tatiana, pois também sofre questionamentos sobre a sua qualificação/capacidade para falar sobre livros. Comenta: “*nada me impede de ter lido um livro, um poema de Castro Alves e vir aqui falar sobre ele. Por que não?*”. A *booktuber* comenta que críticas como “*você não tem cacife para falar desse livro*” surgem em seus comentários negativos sobre as obras.

Relata que o simples fato de não gostar de um autor ou criticar e não recomendar um livro incita comentários desqualificando sua opinião, tais como “*você não tem sensibilidade, por isso não gostou*” ou “*você não entendeu, por isso não gostou*”. Conclui seu vídeo deixando mais um questionamento para a discussão: “*quem tem cacife ou não pra falar o que eu posso ou o que eu não posso ler? Quem tem cacife ou não pra ditar o que eu posso ou não posso falar no meu blog, no meu canal literário ou onde quer que seja?*”.

Os questionamentos da Tatiana Feltrin instigaram os *booktubers* de uma forma geral, mobilizando muitos deles a responder e questionar, também, seus seguidores sobre o tema. Um fato interessante sobre as conversas propostas e desenvolvidas pelos vídeos no YouTube é que estas não se findam, necessariamente, no período de veiculação do vídeo. Um exemplo disto é o próprio vídeo sobre cacife literário de Tatiana Feltrin, pois, apesar de ter sido compartilhado no YouTube em março de 2013, localizei alguns vídeos-resposta que datam de abril e maio de 2014. Ainda hoje é possível ver a conversa, refletir sobre o fato e a questão ainda pode ter repercussão, resultando ou não em uma resposta a *booktuber*. Esta característica da conversação no YouTube é uma das quatro propriedades do público em rede: a persistência. A partir disso, compreendo que Tatiana atuou como uma “usuária líder” que, para Burgess e Green (2009, p. 86), é um importante condutor “de atenção do YouTube e [essencial] na co-criação de uma versão distinta da cultura emergente do YouTube”.

Através desta forma de conversação, também observo outras importantes instâncias na comunidade: os **conflitos** e as **negociações**. Tatiana comenta que ao compartilhar o vídeo questionando o que é cacife literário conquistou alguns inimigos. O tema mexeu com as relações dentro da comunidade, pois alguns *booktubers* se opuseram à sua opinião. As negociações também estão presentes em praticamente todas as práticas da comunidade, que precisa legitimar e reforçar seu campo, seu objetivo e sua razão de existir constantemente; precisa negociar e esclarecer que as trocas de informações que são propostas integram uma relação de leitor para leitor, e não de especialista para leigo.

Os *booktubers* também defendem que seus comentários possuem legitimidade na medida em que não objetivam ser uma crítica literária institucionalizada ou uma aula sobre literatura. A legitimação advém da prática da leitura, é o contato com o livro o aval para que o *booktuber* ligue a câmera, grava um vídeo, comente suas considerações sobre a experiência e compartilhe com outros leitores através do YouTube. Isso não significa que quem não leu o livro não pode participar da conversa, mas sim, que quem leu está melhor capacitado para tal discussão, que nem sempre é harmônica. Há várias divergências quando se trata de gosto literário e avaliações de obras por parte dos leitores, principalmente entre os *booktubers* e os

seguidores. É passando pelo processo da leitura, e apenas assim, que o leitor se torna capacitado para argumentar e defender sua opinião perante a comunidade observada.

Como apreendido, a comunidade não é isenta de conflitos. Estes, por vezes, são acompanhados de agressividade. Esta agressividade é mais percebida entre os seguidores nos comentários dos canais do que entre os próprios *booktubers*, uma vez que, caso haja agressões, estas não se tornaram públicas. Victor Almeida⁴⁶⁰ comenta que um *booktuber* precisou deletar do seu canal um vídeo sobre o livro *A Herdeira* (Kiera Cass) devido aos ataques sofridos por meio dos comentários: “*ele teve que tirar [do canal] porque ele simplesmente não aguentava mais toda a negatividade que tava naquele vídeo, todas as pessoas vindo e tipo, desejando a morte dele porque ele simplesmente expressou uma opinião sobre aquele livro*”.

Victor destaca que teme fazer vídeos sobre sagas como esta – ou como *Instrumentos Mortais* (Cassandra Clare) – porque sabe que os *fandoms* tem tendência à agressividade em vídeos com resenhas negativas sobre seus livros favoritos. Outro exemplo de agressividade por parte dos seguidores é percebido no vídeo de Tatiana Feltrin⁴⁶¹ sobre a trilogia *50 tons de cinza* (E L James). Um dos seguidores desqualifica a opinião da *booktuber*. Esta responde: “*Xeu tentar te explicar: você não precisa, nunca na vida, em seja lá qual for o contexto, concordar com TUDO o que alguém diz*”. Na sequência dos comentários, o seguidor se explica: “*Nunca tive a intenção de ofendê-la ou magoá-la*”. Em outros vídeos, Tatiana relembra os comentários desta resenha: “*é inacreditável a quantidade de xingamentos que uma pessoa é capaz de receber porque ela não gostou de 50 tons de cinza e fez um vídeo explicando tim tim por tim tim por que não gostou. [...] Até hoje eu recebo vários xingamentos, praticamente todas as minhas futuras gerações estão amaldiçoadas porque eu não gostei de 50 tons de cinza*”.

Tatiana revela que acabou percebendo que, quando “*falava mal*” de um livro, era como se ela estivesse ofendendo “*pessoalmente*” a pessoa – ou sua família – que gostou daquela leitura ou que aprecia o seu autor: “*dizer num vídeo sobre The Hunger Games que a dona Suzanne Collins deveria ter escrito um livro só ao invés de três teve o mesmo efeito em algumas pessoas que dizer, sei lá, teu pai não presta*”. Em outra situação, a *booktuber* precisou desativar os comentários do vídeo resenha de *Deus, um delírio* (Richard Dawkins)⁴⁶² pela quantidade de seguidores refutando o conteúdo da obra, ao trazerem a discussão para o campo da religião. Em outros vídeos, alguns seguidores também revelam seu descontentamento sobre a *booktuber* não gostar de determinado autor. Esta, por sua vez, rebate a maioria dos comentários sem pompa:

⁴⁶⁰ Disponível em: <https://youtu.be/EJDX4g5_uDA>. Acesso em: 26 out. 2016.

⁴⁶¹ Disponível em: <<https://youtu.be/B5YxjzahrLrg>>. Acesso em: 26 out. 2016.

⁴⁶² Disponível em: <https://youtu.be/_Y2BKMonHA4>. Acesso em: 26 out. 2016.

Seguidor 1: *Desculpa, mas depois de dizer que “Odeia Macunaíma e José de Alencar” preferi sair do canal. Abraços.*

Tatiana: *essa é nova, eu nunca tinha lido! Você considera livro abandonado como livro lido? Eu não. Tenha um bom dia, e lembre-se sempre de despejar o seu descontentamento em pessoas que você conhece ;)*

Seguidor 2: *Jesus, quanto ódio em uma pessoa só.. Cada pessoa tem um gosto próprio, ela tem todo o direito de não gostar de Macunaíma ou José de Alencar, aprende a aceitar as diferenças dos outros. Fique em paz. :)*

O *spoiler* é um dos principais propulsores de conflito entre seguidores e *booktubers*, uma vez que a conversação sobre determinada obra não pode revelar informações chaves para a experiência da leitura. Aquele que “dá um *spoiler*” estraga a surpresa do leitor, desagradando-o. Para evitar conflitos, os *booktubers* avisam no título do vídeo ou durante sua fala sobre a presença ou não de *spoiler*; quando sentem a necessidade de falar algo que pode ser considerado *spoiler*, avisam quem está assistindo para “pular” aquele trecho do vídeo ou, simplesmente, para não o assistir. Contudo, a definição do que é ou não *spoiler* é subjetiva, esta delimitação está em constante negociação dentro da comunidade, uma vez que uma informação considerada como *spoiler* por um seguidor pode não ser considerada por um *booktuber*. Um exemplo desta característica subjetiva é observado em um vídeo resenha de Tatiana Feltrin sobre o livro *O Diário de Anne Frank*, no qual um seguidor reclama, alegando que a fala da *booktuber* contém *spoiler*. Em vídeos posteriores, Tatiana questiona a reclamação, alegando que comentar que Anne Frank está morta não é *spoiler*, é um fato histórico.

Neste vídeo em questão, percebo ainda que o conflito pode ocorrer entre os próprios seguidores através dos comentários. Tatiana comenta no vídeo que o diário possui três versões – a original, a editada pela própria Anne e a editada por seu pai. O seguidor 1 fica em dúvida sobre a informação e pede maiores esclarecimentos através dos comentários, que são ofertados pela *booktuber*. Contudo, a questão sobre as três versões da obra suscitou outros questionamentos nos seguidores, que indagaram a legitimidade do diário. O seguidor 2 alega que o diário é uma fraude e apenas uma estratégia para a família “ganhar dinheiro”, utilizando como “prova” um vídeo no YouTube em que há relatos de que a caneta utilizada para escrever o diário foi criada após o falecimento de Anne. O seguidor 3 intervém na discussão, alegando que a acusação é infundada, já que o diário foi escrito com caneta-tinteiro. Os seguidores 2 e 3 debatem sobre o fato através de diversos comentários intercalados, trocando acusações da utilização de fontes infundadas para defenderem seus argumentos. Perceba que, quando o seguidor 3 esgota-se e abandona a discussão, o seguidor 2 sente-se “o vencedor” do debate.

Seguidor 1: *Tati, ainda não entendi como a Anne pode ter editado o diário se ela morreu no campo de concentração? [...].*

Tatiana: *fui conferir pra ver se tinha cortado essa parte do vídeo, mas não - em 44, que é quando ela fica sabendo que recolherão relatos de pessoas que passaram pela guerra, ela ainda estava viva ;)*

Seguidor 1: *Oi Tati, conferi o vídeo e verifiquei que vc tem razão, eu não tinha prestado atenção, só me liguei na informação que o pai foi o único sobrevivente da tragédia. Obrigada :-)*

Seguidor 2: *[...] Procure por “anne frank fraude” no Youtube e você vai ver que a **caneta que foi usada para escrever o diário só foi criada quase 10 anos depois da data em que dizem que ele foi escrito.** Há outras dúvidas também. Tudo envolve dinheiro. O livro, pela data em que foi lançado, está em domínio público, mas a família da Anne Frank criou estratégia para continuar a ganhar dinheiro com a história (que pode ser falsa).*

Seguidor 3: *Se ela escreveu o diário de 1942 à 1944 e ele foi publicado em 1947 (3 anos depois), como que a caneta foi inventada 10 anos depois? Foi uma caneta vinda do futuro? kkkkk. No diário ela fala da caneta que ela usa: a **CANETA-TINTEIRO** que se você procurar vai ver que ela foi inventada no começo do século XX. **É tão incoerente esse seu comentário** quanto das teorias de que dizem que não era um avião que bateu nas torres gêmeas e sim um holograma. **Você se baseia em um vídeo do youtube e nem vai ver se realmente é verdade ou se não passa de uma conspiração barata. Se alguém tem dúvida que vá ler o livro e depoimentos de quem a conheceu antes do esconderijo e depois nos campos.** [...].*

Seguidor 2: ***você tirou estas informações de algum blog de alguém que quer esconder a verdade?** Eu coloquei link de vídeos que provam a farsa “e depoimentos de quem a conheceu”. **É até de rir. Veja os vídeos. Há provas da falsidade do diário.** Sem contar a briga dos parentes dela para continuar recebendo direitos autorais mesmo depois que o livro caiu em domínio público. A família dela fez alguns “adendos” no livro dela para tentar enganar os países e continuar ganhando dinheiro. Farsa quando foi escrito e farsa feita pelos parentes dela. **Pesquise em locais que trazem a verdade e não em blogs sem-vergonha e tendenciosos.***

Seguidor 3: ***não li em num blog.** no próprio diário tem falando da caneta que ela usa e se você pesquisar ela foi inventada muito tempo antes da Anne nascer. **Você não tem argumento pra responder sua acusação de que a caneta foi inventada 10 anos depois que ela morreu, sendo que é pura MENTIRA da sua fonte.** E qual o problema da família dela receber os direitos autorais dos livros? [...] **Quem está se baseando em fatos sem fundamentos é você.** Se você pesquisar tem reportagem de amigos da Anne relatando o diário que ela ganhou no aniversário. Tem relatos de pessoas no campo de concentração que falam que a Anne tinha um sonho de ser escritora e era bastante esperta. **Você está se baseando em uma teoria falsa.***

[...]

Seguidor 3: *já deu essa conversa. Flw*

Seguidor 2: *obrigado por fugir do debate e provar que eu estou falando a verdade.*

Seguidor 3: *estou indo fazer algo mais interessante. Minha opinião não muda e a sua tbm não. Procure algo melhor pra fazer tbm. Ficar aqui falando disso não leva a NADA. Pfv, não me provoque. me deixe em paz.*

Tatiana acredita que expor opiniões negativas em relação aos livros são fundamentais, uma vez que relevam que os autores não são infalíveis, que os livros não são unanimidade.

Ressalta que o fato de uma pessoa não gostar de determinado título não é aval para que esta seja atacada: “*sinto muito se você não concorda com a minha opinião, eu só não acho que você deva me desrespeitar se você não concorda com ela*”.

Nos vídeos de Eduardo Cilto e Victor Almeida, percebo que os conflitos são incomuns, porém ainda assim presentes. Há comentários com ofensas pessoais aos *booktubers*, ou questionando suas avaliações sobre determinados livros alegando falta de “maturidade”. Victor comentou, em um vídeo sobre decepções literárias, que não gostou da obra *Senhor das Moscas* (William Golding); a partir disso, um dos seguidores faz um comentário negativo, que é rebatido por um segundo seguidor.

Seguidor 1: *Achar um livro como Senhor das Moscas do William Golding péssimo é demonstrar uma carga literária fraca, pois é um clássico e não é referência à toa. É como dizer que Ferréz é porcaria, sendo o cara a referência da literatura marginal atual, assim como Alessandro Buzo. Ou pior, achar Carlos Drummond ruim, um dos precursores da literatura moderna...Acho que precisa estudar mais.*

Seguidor 2: *Primeiro: Só pq um livro é “clássico” não quer dizer que é bom Segundo: A opinião é dele Terceiro: Você precisa estudar respeito e educação*

A suposta “falta de maturidade” de Victor também foi explanada em seu perfil no Skoob. Após o *booktuber* marcar como “abandonado” a obra *O Gigante Enterrado* (Kazuo Ishiguro), um *skoober* comentou que Victor não conseguiu terminar a leitura por falta de maturidade para entendê-la. Sentindo-se incomodado com o comentário, o *booktuber* produziu o vídeo *Tenho maturidade pra ler?* Com intuito de conversar e desabafar sobre esta questão, expos suas considerações sobre o comentário, declarando que a obra foi abandonada porque ele não se conectou com os personagens, a leitura estava arrastada e, conforme sempre faz, abandonou o livro que não estava gostando. Declara saber que não é o “*pica das galáxias*” em relação à leitura, mas que possui sim maturidade literária, pois tem contato com este campo há alguns anos e, através da prática da leitura, foi aprimorando e conhecendo o seu gosto literário ao mesmo tempo em que desenvolveu – e ainda está desenvolvendo – sua capacidade crítica. A leitura, por ser uma prática, aprimora-se na medida em que se pratica. A partir disso, relata: “*eu pelo menos tenho o direito de dizer que eu tenho a noção daquilo que eu to lendo e a confiança na minha opinião*”.

A questão suscitada por Victor é que o leitor não precisa conquistar uma “maturidade literária” para poder afirmar que gostou ou não do livro, isto é, “*a maturidade não é uma escala pra dizer se você pode aproveitar o livro ou não*”. Cada leitor terá uma experiência diferente com a obra, cada leitura será única e isso não significa, necessariamente, que aquele que não

gostou do livro não teve “*capacidade mental*” para entendê-lo. Este conflito reflete um fato que é notório não somente na comunidade *booktube* mas em diversos âmbitos: “*o respeito a opinião alheia hoje virou uma grande utopia na nossa sociedade*”.

No campo da literatura, o “desrespeito” à opinião divergente de um leitor é mascarado, relacionando gosto à capacidade interpretativa: “*as pessoas tendem a fazer aquele grande comentário lindo e maravilhoso ‘você não entendeu essa obra’, gente vamos para com isso porque isso não é argumento nenhum*”, declaração que se alinha à de Isa, mencionada anteriormente. Ressalta, ainda, a tendência de alguns leitores fazerem juízo de valor por meio do gosto literário, como se a leitura de um determinado tipo de livro correspondesse a um determinado tipo de pessoa, diferenciando-os entre um leitor superior e um leitor inferior, fato que reflete o preconceito literário debatido por Tatiana.

A percepção de Victor Almeida reflete o entendimento dos teóricos que se questionaram sobre o campo literário. Conforme percebido através dos preceitos de Barthes (1988), Sartre (2004), Flusser (2010), García Canclini (2008), Petit (2008), Zilberman (2001), Jauss (1994) e Iser (1999) no capítulo 3, o sentido da leitura de um texto literário é complementado e desenvolvido por cada leitor de forma particular. Cada pessoa que ler um livro de literatura terá uma experiência única. Por isso torna-se equivocado, com este tipo de leitura, afirmar que alguém não entendeu o significado do texto. Este argumento é corriqueiramente utilizado em disputas simbólicas para desqualificar a argumentação de quem não gostou de um determinado livro – “*você não gostou porque não entendeu*”.

Neste viés, Victor afirma: “*a gente precisa parar de julgar cegamente a opinião de outra pessoa ou se sentir superior pelo tipo de livro que você lê [...] Deixa eu te contar um segredo, você não é melhor pelo clássico que você leu e eu não li. Eu acho que ninguém é melhor que ninguém quando o assunto é literatura*”. Há seguidores que concordam com as percepções de Victor, ofertam suas considerações e o aplaudem por colocar em pauta esta discussão; e há outros que questionam se Victor, de fato, alcançou a maturidade literária.

Seguidor 1: “*Você não merece Palmas, merece o Tocantins inteiro*” LACROU

Seguidor 2: *Gente que se acha um leitor superior pelo estilo de livro que lê... Pior tipo de pessoa.*

Seguidor 3: *O interessante que cada livro que lemos temos uma visão diferente, o livro que eu amo de paixão pode ser o livro que vc odeia, não é nós que escolhemos o livro, o livro é que nos escolhe.*

Seguidor 4: *Você diz que antes era um leitor apenas de distopias e que agora lê coisas diferentes e um pouco mais maduras. Eu acompanho seu canal e não tenho essa impressão. Você sempre só fala de livros de umas séries que eu nunca ouvir falar,*

sempre só focado no YA. Quando você fala de clássicos o único que sempre cita é O Sol é para Todos, possivelmente o clássico mais acessível de todos os tempos. Mas quando chega a hora de ler algo mais profundo como O Senhor das Moscas, O Gigante Enterrado você diz que não gosta.

Seguidor 5: Eu acho tão sem sentido alguém julgar o outro porque a pessoa está LENDO. Sabe. Você pode ter seu gosto, opinião pessoal, mas deixa o amiguinho ler o que ele quiser. ELE TÁ LENDO. PONTO. Concordo plenamente sobre isso de irmos mudando, "evoluindo" nas leituras. Temos fases. Uma hora uma coisa agrada mais, outra hora menos. É muito de momento, o que você precisa naquela hora; uma leitura de boas ou uma leitura mais profunda.

Eduardo Cilto também comentou em um vídeo sobre o preconceito literário, refletindo sobre pessoas que acreditam que ler virou “modinha”, ao criticarem aqueles que leem livros YA ou livros que estão na *hype*. O *booktuber* argumenta que, quanto mais gente lendo, melhor. Por isso, não entende aqueles que criticam ou julgam os leitores pelo tipo de livro que gostam. Lembra que quando alguém está iniciando sua vida de leitor, leituras mais fluidas são mais indicadas. Comparando a leitura aos diferentes níveis de um jogo de videogame, constata que quando “*jogam um Machado de Assis*” na mão de quem não tem prática, é como colocá-lo no nível “*hard*” do jogo, sem que este tenha passado pelos outros níveis. Mas, mesmo aqueles que já são leitores experientes também podem apreciar livros com uma escrita mais fluida, mais divertida. Conforme Tatiana, “*tem livro que é pra te divertir, mais do que pra te fazer pensar*”.

Em suma, observo que as agressões e ofensas surgem basicamente quando o *booktuber* publica um vídeo negativo sobre determinado livro ou comenta o fato de não gostar de determinada obra ou determinado autor, o que acaba provocando uma reação de repúdio para com o *booktuber* vinda de pessoas que pensam de forma diferente. Uma resenha negativa também despertou a agressividade de determinado autor, que utilizou o Twitter para atacar Tatiana após esta postar uma resenha negativa sobre o seu livro, revelando que as disputas simbólicas e o “desrespeito” a uma opinião negativa não são observadas apenas entre os leitores, mas também entre aqueles que produzem conteúdo literário.

Este contexto exprime a percepção de capital cultural, no qual Bourdieu (2013) alega que a hierarquia dentro do campo cultural se alinha à hierarquia daqueles que consomem determinados produtos culturais. Alguns seguidores se valem do gosto literário para tentar distinguir-se no grupo alegando, no sentido proposto pelo autor, que a disposição estética atua como expressão distintiva. Ao buscarem distinguir-se, utilizam o gosto como repulsa, como aversão ao gosto do outro. Neste viés, além de Hennion (2007, 2011) lembrar que Bourdieu (2013) pauta-se em determinados pressupostos sociais que podem ser equivocados, Abreu (2006) destaca que tentar classificar os leitores entre aqueles que leem a grande literatura (gosto culto) e aqueles que leem *best-sellers* ou YA (gosto bárbaro), trata-se de uma falácia. Primeiro,

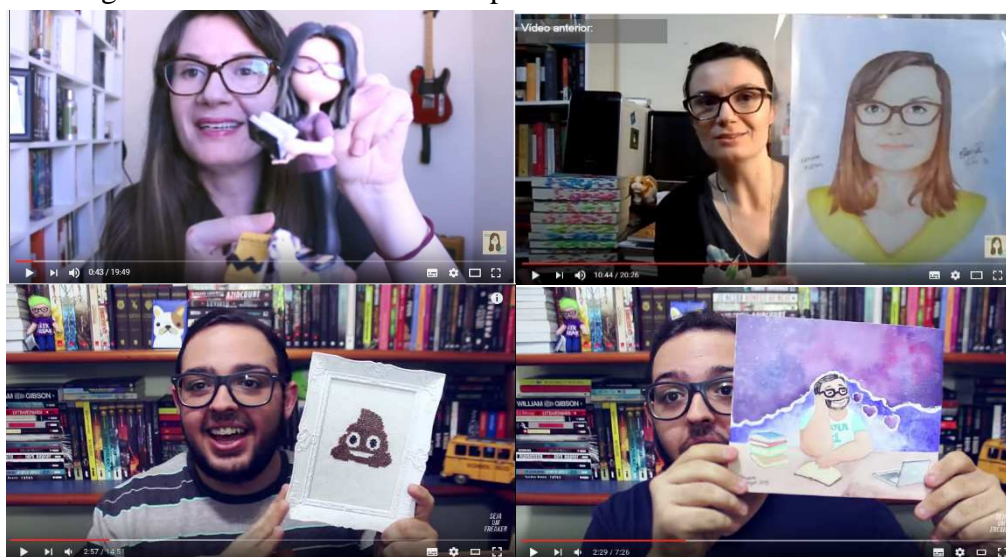
não há um consenso sobre o que é, de fato, a grande literatura. O que há são opiniões e percepções que foram legitimadas, conforme discuti no capítulo 3. Segundo, esta distinção também reflete o preconceito com a cultura de massa, na qual os leitores encontrariam a alienação, diferentemente dos leitores da grande literatura, que encontrariam a humanização.

O preconceito literário e a tentativa de distinguir leitores por meio do gosto acaba influenciando o modo como estes se relacionam com a literatura. Conforme mencionado por Mayra, as expectativas em relação aos clássicos são diferentes, como se o leitor tivesse “obrigação” de gostar de um livro que foi legitimado no campo literário. Reflete, também, na prática de ocultar determinados gostos porque estes são repudiados no grupo, ou seja, os *guilty pleasure*. Tal como pondera a *booktuber* Bruna Miranda, os *guilty pleasures* geralmente acontecem com produtos relacionados à Indústria Cultural, como os filmes e livros da saga *Crepúsculo* (Stephenie Meyer). Contudo, não se restringe a este tipo de produto, uma vez que alguém que é considerado “baladeiro”, que utiliza expressões como “topzera” em seus diálogos pode gostar secretamente de ler ficção científica. Os *guilty pleasures* revelam que algumas vezes o gosto é ocultado quando o amador teme ser rechaçado pelo grupo.

A ocorrência de comentários ofensivos foi percebida durante a pesquisa de forma esporádica; os seguidores, em sua maioria, atuam como apoio para o *booktuber*, pois um canal existe por meio das interações, conversações, visualizações, *likes* e compartilhamentos criando, assim, uma relação afetiva entre aqueles que produzem vídeos e aqueles que os assistem. Alguns seguidores apresentam tamanha interação e identificação com os *booktubers* que já se tornaram seus conhecidos. Muitos os presenteiam com livros, desenhos, miniaturas, marcadores, *post-its* e demais itens que o *booktuber* possa apreciar.

Através dos vídeos de atualização – *book haul* e caixa postal –, observo que, a cada mês, os *booktubers* recebem **presentes** dos seguidores. Estes não são apenas objetos neutros, mas sim dotados de afetividade. Com Mauss (2012), entendo que os objetos ofertados carregam consigo um *hau*, um poder espiritual. Mais do que presentes, os seguidores ofertam dádivas aos *booktubers* como sinal de afeto e agradecimento pelo conteúdo que compartilham. Conforme argumenta o autor, as dádivas simbolizam respeito e reconhecimento. Como o presente dado carrega consigo a obrigação de ser perpetuado, os *booktubers* não só agradecem os presentes durante o vídeo, como disponibilizam vídeos nos quais a obra ou o objeto é degustado. É através desse circuito de dádivas que os canais funcionam, essencialmente, e não através de um sistema comercial de compra e venda de espaços publicitários. Há sim um sistema de mercado atuando, mas compreendo que este é secundário ao sistema de dádivas estabelecido entre *booktubers* e seguidores.

Figura 39 – Presentes recebidos por Tatiana Feltrin e Victor Almeida.



Fonte: YouTube.

O afeto está presente nos pequenos detalhes: no bilhete escrito à mão sobre o motivo de tal obra ser a preferida do seguidor e, por isso, este gostaria que Tatiana o lesse; nas cartas manuscritas dos seguidores relatando como sua experiência de leitura foi enriquecida ao conhecerem os *booktubers*; nos desenhos dos leitores; nos adesivos com legenda em japonês enviados juntamente com os mangás preferidos da Tatiana; no envio de uma obra que Eduardo havia comentado que estava ansioso para ler; nas miniaturas feitas por artesões de Victor e Tatiana em biscuit e feltro; no envio de um gibi antigo da *Turma da Mônica* sobre o qual Tatiana havia comentado que gostaria de ter porque se trata de uma de suas primeiras leituras realizadas quando criança; está no quadro com um bordado em formato de cocô presenteado à Victor, referindo-se a sua mania de usar termos escatológicos. Deste modo, entendo que os seguidores não enviam qualquer objeto, qualquer livro. Enviam dádivas que possuem relação com o “eu” do *booktuber*, mostrando-lhes que o conteúdo que produzem, que as histórias que contam, são ouvidas, são relevantes. Aqui, também, a materialidade do objeto leva-os à imaterialidade do afeto; um presente torna-se um afago, um livro torna-se um pedido de obrigado.

Compreendo que, por intermédio do objeto livro, a leitura é uma troca entre pessoas de modo visível. O livro circula, passa de mão em mão; é emprestado, trocado, presenteado. O livro convertido em presente nunca é anônimo, pois é prova de solicitude e afeição, revelando os interesses, gostos, aptidões daquele que presenteia e de quem é presenteado. É um objeto dotado de valor simbólico. A partir do livro, estabelece-se uma relação prolongada e imediata, que permite aos leitores compartilhar um mesmo universo, um compartilhamento que não é possível, ainda, por meio do hipertexto.

Ao finalizar as análises deste capítulo, percebo os diversos desdobramentos criativos produzidos na comunidade *booktuber*. Os leitores presentes no YouTube experienciam a cultura literária das mais diversas formas possíveis, seja através da leitura de uma obra, da conversação sobre esta nos *sprints* no Twitter, nas maratonas literárias, nos *unboxings*, nas conversações através das *Tag's*, dos eventos frequentados. Estes desdobramentos revelam também o papel da cultura material na constituição de relações, pois o gosto não é uma relação estabelecida de forma direta com o objeto degustado, ele precisa de uma multiplicidade de dispositivos espaciais e materiais, de arranjos coletivos, de instrumentos, de técnicas, etc. Cada uma das doze categorias de conteúdo aqui apresentada é uma forma de o *booktuber* se relacionar com a cultura literária. Esta relação é construída discursivamente, pois é estabelecida por meio de uma conversa que utiliza uma linguagem própria. Uma relação que está em constante tensão, uma vez que negociações e conflitos são parte integrantes da comunidade, seja por contestar a legitimidade de uma opinião, seja para rechaçar uma informação.

CONCLUIR

No início desta pesquisa, mencionei o quão complexa é a tarefa de compreender a intersecção entre o livro, o leitor e a internet. Uma relação que resultaria, para alguns autores, no triunfo da virtualidade ou, para outros, em novas formas de expressão da cultura letrada. Posicionei-me ao lado daqueles que argumentam que o livro na era digital não é sinônimo de livro digital. Contudo, assim como Calvino (2015), entendia que seria um equívoco depreciar os avanços tecnológicos.

Penso que as dinâmicas que envolvem a comunidade aqui analisada e seus membros revelam novas formas de expressão e desdobramentos criativos produzidos por leitores integrantes de uma sociedade tecnologicamente mais desenvolvida. Leitores presentes nas redes sociais sem que isso signifique o abandono do livro enquanto objeto. Compreendo que os modos de leitura das quais Calvino (2015) nem suspeitava revelam-se em âmbitos como o *booktube*. O triste e sombrio cenário vislumbrado por Sibilia (2008) não procede no cenário empírico analisado, pois a materialidade tangível e áspera da folha de papel ainda se revela um elemento crucial para as relações entre o leitor e o texto, assim como entre os leitores. As análises aqui apresentadas mostram que, como mencionado por Malini (2014), a literatura populariza-se nas redes sociais ao promover participação e engajamento juvenil.

A recuperação de aspectos relativos à história do livro, realizada no capítulo 3, revela uma trajetória profundamente imbricada às transformações sociais e culturais da sociedade. Ao observar este trajeto, percebi que os exemplares a que hoje temos acesso materializam uma tecnologia intelectual que possibilita o contato com a cultura letrada desde 1450. Hoje, o projeto editorial do livro se modernizou, mas ainda carrega consigo sua estrutura básica: o códex e a tipografia. Conforme observado por Bellei (2002), o livro é uma tecnologia suficientemente flexível para se adequar às mudanças dos tempos.

Essa estrutura possui seu espaço e relevância na cultura da internet. Entendo que, a partir das análises, é possível compreender que a galáxia de Gutenberg e a galáxia da internet convivem articuladamente. Contudo, conforme mencionado anteriormente, ao pertencer à quarta galáxia, o leitor observado nesta pesquisa não pode ser entendido como um sujeito isolado, pois não se mostra como um indivíduo solitário. Ser um *booktuber* implica em participar, em pertencer a um grupo. A leitura ainda é uma prática intimista, mas, tal como demonstrado nos capítulos 6 e 7, é um gosto e, por isso, necessita a presença do outro, do coletivo, e dos diversos dispositivos que permitem a degustação.

Como destaquei, percebia uma reconfiguração nas práticas da leitura. Explico: a partir dos *booktubers*, observei em quais momentos a leitura é uma prática coletiva e em quais momentos é uma prática individual. Deste modo, entendo que esta prática acontece basicamente em três etapas. A primeira é coletiva, quando o leitor pondera sobre realizar ou não a leitura, quando se informa sobre os lançamentos, quando se atenta à opinião de outros leitores sobre uma possível leitura que pretende realizar. Trata-se de um primeiro contato com a obra, sua história e sua imagem na comunidade. O segundo momento é individual, é o contato íntimo e solitário entre o texto e o leitor. A relação, aqui, é estabelecida com o autor da obra, com a narrativa, com os personagens. O terceiro e último momento é quando o leitor finaliza a leitura e procura o grupo para conversar e refletir sobre este processo, sobre suas impressões e descobertas.

Contudo, destaco que, conforme mostram a prática dos *sprints* no Twitter e os projetos de leitura, por exemplo, estas três etapas não ocorrem isoladamente na comunidade investigada. Ou seja, o leitor não precisa, necessariamente, finalizar a leitura de um livro para poder comentá-la. A segunda etapa não se refere à leitura do livro como um todo, mas ao contato com a obra. Portanto, o leitor pode concluir um capítulo de um livro e comentá-lo no Twitter ou no YouTube.

Ao atentar-me à história do leitor, compreendi que este é quem urde o tecido após o autor tecer seus fios. É quem degusta o livro, a narrativa. É onde o texto reúne suas diversas escrituras. Apesar disso, foi “deixado de lado” pelos estudos literários, um equívoco segundo Jauss (1994). Isso porque é o leitor quem atribui historicidade à literatura, quem lhe confere valor estético, quem lhe atribui sentido a partir de uma bagagem cultural e histórica própria. O leitor, muitas vezes subjugado e classificado por seu gosto literário, hoje encontra espaço, relevância e representatividade nas redes sociais, especialmente no YouTube.

Sua presença neste espaço não se dá como uma forma de se equiparar a críticos literários, professores ou pesquisadores, mas sim, como uma forma de estar em conexão com seus pares. O *booktube* mostra-se como um lugar onde a literatura é usufruída, refletida e compartilhada de leitor para leitor. Iser (1999) ressalta que o leitor de literatura possui a necessidade de falar sobre o seu processo de leitura a fim de entender o que aconteceu durante este. Conforme demonstrado nas análises, na comunidade *booktube* essa conversa é potencializada, diversificando-se em distintas possibilidades.

Se a literatura é um “apelo aos homens livres”, segundo Sartre (2004), os *booktubers* e seguidores revelam que o leitor de hoje, integrante da comunidade *booktube*, busca libertar-se das amarras estabelecidas pelas instâncias de legitimação, da opinião de críticos literários como

Bloom (2011). Defendem sua liberdade para expressar opiniões, não querem ser hierarquizados por aquilo que leem nem por aquilo que consomem.

Tal como relatado por Abreu (2006), o prestígio social de pessoas como Bloom (2011) tornariam o seu gosto literário um “padrão a ser seguido”. Na comunidade *booktube*, observei que este tipo de prestígio se torna irrelevante. Contudo, apesar disso, as tensões e negociações averiguadas entre os *booktubers* e os seguidores ocorrem neste campo. Alguns seguidores questionam a legitimidade da opinião destes, essencialmente porque estes se caracterizam enquanto leitores comuns, não desfrutando de um prestígio social com base em estruturas modernas.

Como os saberes dos *booktubers* não são consagrados por instâncias como a academia, são constantemente questionados. Essa tensão revela-se porque os *booktubers*, enquanto intermediários culturais, colocam em xeque as “antigas hierarquias simbólicas”, questionando a autoridade do grupo dominante, tal como destacado por Featherstone (1995). Os leitores presentes na comunidade *booktube* modificam e desestabilizam as estruturas tradicionais, alterando o modo como o capital cultural é constituído e valorizado.

Os *booktubers* refletem sobre a literatura a partir da sua visão enquanto amadores, a partir da visão daquele que ama. O campo literário era refletido tradicionalmente por intelectuais credenciados para tal; no YouTube, o amador está usufruindo dessa reflexividade, está galgando um espaço onde lhe é permitido refletir, criticar, ponderar, contestar. Onde defende-se o direito de gostar ou não. Assim, os conflitos geralmente ocorrem quando os seguidores observam a comunidade *booktube* a partir de um olhar estruturado, chocando-se com suas percepções porque a comunidade pauta-se, essencialmente, em uma estrutura pós-moderna, onde as hierarquias simbólicas e os saberes são constituídos por outras diretrizes.

Meu interesse na comunidade foi em sua estrutura e dinâmicas internas, e em como se processavam as relações dentro desta. Todavia, durante as análises, foi possível perceber relações que ultrapassam esta dimensão do *booktube*, tal como a relação entre mercado editorial e os *booktubers*. Estes, quando dotados de visibilidade dentro da comunidade, tornam-se referência no grupo para indicações de leituras. O mercado percebeu este potencial enquanto estratégia de comunicação para a divulgação de seus lançamentos. Todavia, quando a dinâmica do *booktube* é inserida em um sistema de mercado, tensões, negociações e conflitos atravessam constantemente esta relação, conforme foi elucidado com o movimento *Valorize o Booktube*. Há uma intensa negociação entre a comunidade e o mercado editorial a fim de não transformar a leitura em *commodity*. As relações entre estes dois âmbitos estão em desenvolvimento; neste processo, percebo que membros da comunidade buscam garantir uma forma de relacionamento

que não subverta suas lógicas. Nas relações que estão se constituindo, tanto o mercado editorial é beneficiado pelos *booktubers* quanto estes se valem do mercado editorial para promover determinados projetos, como o Torneio MLV, por exemplo, que foi patrocinado pela Amazon e pela DarkSide Books.

Neste viés, é preciso destacar que, por mais que as dinâmicas da comunidade sejam constituídas coletivamente, há *booktubers* que buscam e conquistam maior visibilidade e alcance que outros, podendo ser entendidos enquanto *hubs*, conceito proposto por Barabási (2009). Deste modo, mesmo não sendo a sua característica central, é possível perceber também a manifestação do culto do eu através dos *booktubers*. Mesmo integrantes de uma comunidade, estes buscam, também, visibilidade e relevância no YouTube, potencializando o seu nome e formando uma imagem para si. Como observado, alguns *booktubers*, inclusive, passaram a utilizar seu próprio nome para intitular o canal. Além disso, seu empenho volta-se tanto para estabelecer relações e constituir comunidade quanto para alavancar a quantidade de inscrições e visualizações em seu canal, angariando relevância.

A leitura, no âmbito investigado, é uma prática que foge às instâncias de legitimação. Ela possui determinantes sociais e culturais, mas estes são elementos que compõem sua complexidade. Através da comunidade *booktube*, entendi que a leitura é uma história de encontros, é uma experiência ao mesmo tempo singular e compartilhada. Algumas maneiras de ler expostas pelos *booktubers* apresentam-se como matrizes culturais residuais, herdadas dos primórdios da relação do leitor com o objeto livro. Deste modo, o fim do livro físico enquanto suporte da escrita representaria não apenas o fim de uma tecnologia intelectual, mas de uma maneira de ler, da forma mais íntima e sensorial de contato com a cultura letrada. Conforme destaquei no capítulo 3, os livros foram perseguidos, censurados, queimados, proibidos. A história do livro, assim como a do leitor, também é uma história de resistência.

Pobres, negros e mulheres, no decorrer dos anos, tiveram que aferrar-se para garantir seu contato com a cultura letrada. Hoje, o leitor observado nesta pesquisa empenha-se em defender o livro enquanto objeto, enquanto materialidade composta por tinta, capas e a aspereza do papel. Não por um apego ao passado, mas pela possibilidade de poder desfrutar de uma maneira de ler que lhe permite tanto constituir sua representação do “eu” quanto um contato sensorial e afetivo com o livro. Como refleti no capítulo 4, os sentidos através dos quais o ser humano se relaciona com o mundo dos bens desenvolvem um trabalho em conjunto, contribuindo no modo como sentimos e interagimos com o mundo à nossa volta e com o outro.

A reflexão sobre o consumo, que empreendi no capítulo 4, me permitiu ver como o consumo atua enquanto mecanismo produtor de identidade e de sentido, sem que isso se

relacione necessariamente à aquisição de um bem. Através das contribuições de Douglas e Isherwood (2013), entendi que, ao constituir identidades, o consumo também atua como um definidor de mapas culturais, estabelecendo relações sociais, estruturando valores. Deste modo, a comunidade *booktube* mostra o consumo como um meio, um artifício necessário para que relações e trocas significativas aconteçam uma vez que os bens são dotados de significados sociais.

Atentei-me para a relação dos *booktubers* com a cultura material, seja com os livros, seja com outros elementos, ao observar seus cenários. Percebi, tal como destacado por Miller (2009), que os bens destes leitores não integram uma coleção aleatória, mas são formas de expressão. Assim, tive acesso à performance dos *booktubers* a partir de três narrativas: aquela constituída por eles – objetiva e subjetiva –, o que expressavam nos vídeos, o que me relatavam sobre sua vida, suas experiências, suas manias e gostos, e aquela que era narrada a partir da sua relação com a cultura material.

Conforme destaquei nas análises, a cultura material integra a fachada social dos *booktubers*, logo, também me forneceu pistas e constatações acerca do seu “eu” porque é parte constitutiva de sua representação. A imaterialidade do afeto, do pertencimento e das relações também foi possibilitada, algumas vezes, pela cultura material. No *booktube*, tornou-se visível que o livro, ao ser incumbido de significados, transformara-se em afeto, em reconhecimento e agradecimento. Uma obra, uma carta ou um marcador tornava-se um abraço, um pedido de obrigado. Na comunidade, os bens podem ser compreendidos dentro de um sistema de dádivas, sua circulação no grupo atuou, também, como uma forma de transmitir mensagens.

Além disso, tornou-se notório para mim que o consumo é formado por mapas culturais no *booktube*. Contudo, diferentemente do que propõe Bourdieu (2013), este mapa é formado não por hierarquias entre classes sociais, mas por diferentes tipos de gosto, diferentes formas de gostar. Há leitores que gostam de clássicos, de ficção científica, de realismo mágico, de YA, de romance sobrenatural, etc. Através da análise dos conteúdos produzido por Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto e Victor Almeida, pude observar três formas diferentes de ser leitor, de ser *booktuber*. Cada um me ofertou um conjunto de elementos identitários que compõe um indivíduo-trajetória único, ainda que compartilhe aspectos com a comunidade.

Com Tatiana, ponderei sobre um leitor que reclama o pensamento crítico; com Eduardo sobre um leitor que torna a leitura um processo divertido e criativo, e com Victor sobre um leitor que faz da leitura o meio pelo qual emoções e afetos são vividos e compartilhados. Observei, também, que estes se representavam ao identificar-se com um determinado gênero literário ou com determinado autor. Este aspecto exemplifica a argumentação de Campbell

(2006), de que o consumo é parte fundamental em nossa identidade porque nós geralmente nos definimos a partir de nossos desejos, gostos e preferências.

A identidade foi aqui entendida basicamente enquanto performance; por estar estritamente relacionada aos hábitos de leitura e consumo cultural, esta performance foi observada enquanto performance de gosto. Ao finalizar as análises, tornou-se claro que a performance desempenhada pelos *booktubers* ocorre essencialmente na vida cotidiana. Neste contexto, exercem quatro funções: (1) entreter, (2) modificar ou formar uma identidade, (3) educar ou construir uma comunidade e (4) convencer, persuadir e educar. Ou seja, os vídeos e as relações no *booktube* podem entreter aquele que assiste, constituem o sujeito enquanto *booktuber* e enquanto leitor, constroem a comunidade *booktube* e almejam convencer e persuadir os leitores ao hábito da leitura.

Refletindo com Ehrenberg (2010), compreendi que o consumo é um dos âmbitos em que o indivíduo se singulariza, torna-se empreendedor de sua própria trajetória, é composto por uma história feita de percursos. Através dos vídeos no YouTube, tive a oportunidade de conhecer os percursos que compõem a trajetória de Tatiana Feltrin, Eduardo Cilto e Victor Almeida. Suas trajetórias enquanto leitores eram o foco de sua narrativa, mas, como os livros também são meios pelos quais falamos sobre nós mesmos, as informações pessoais dos *booktubers* atravessavam sua relação com a cultura literária. Assim, foi possível perceber o papel da família na formação do indivíduo enquanto leitor.

Com isso, chego ao cerne da resposta norteadora da pesquisa. Primeiramente, compreendi que as relações entre os leitores integrantes da comunidade são constituídas essencialmente a partir da performance dos *booktubers*. Se a performance é entendida como uma ação, como algo que engaja; percebo que as relações são estabelecidas através da ação de falar, de conversar, de narrar a si e suas experiências. O contato que temos com os *booktubers*, o meio pelo qual os seguidores podem estabelecer relações com estes, constituindo vínculos sociais e afetivos, concretiza-se na visão que o *booktuber* tem sobre si e, a partir disso, daquilo que narra. O *booktuber* constitui sua representação do “eu” ao narrar-se. Logo, as relações acontecem através da conversa, através da narrativa biográfica construída pelos *booktubers*.

Percebo, contudo, que por ser uma comunidade na qual as relações acontecem através de vídeos, essa narrativa é formada por três diferentes âmbitos: por aquilo que o *booktuber* fala sobre si de forma consciente (*eu sou assim, eu era assim, eu gosto disso, eu não gosto daquilo, eu me tornei leitor porque, eu leio assim, eu grifo isso, eu tenho esse livro porque...*), o que posso entender como a sua expressão transmitida; por aquilo que o corpo do *booktuber* nos revela, ou seja, seus gestos, expressões, reações, trejeitos, olhares, sorrisos, formando sua

expressão emitida e, por fim, a cultura material com a qual os *booktubers* se identificam. Os bens, os cenários e a sua forma de contato com o mundo material também forneceram uma narrativa, possibilitaram aos demais leitores da comunidade apreender o *booktubers* tanto quanto aquilo que eles relatavam. Deste modo, entendo que o *booktube* constitui-se enquanto comunidade no âmbito digital discursivamente. Um discurso que é vivenciado através da fala, dos bens e do corpo. No YouTube, é possível entender o corpo e o objeto como potência comunicacional.

Na comunidade *booktube*, a conversa tem como tema norteador a cultura literária que, por vezes, está imbrincada em outros produtos inseridos na Indústria Cultural, como séries, filmes e músicas. A performance dos *booktubers* é uma performance de gosto, sua narração biográfica é formada essencialmente por aquilo que gostam. Como destacado por Hennion (2011), a reflexividade é crucial nesta performance. Através dos vídeos, os *booktubers* refletem sobre si, sobre o que gostam e o que não gostam, se percebem gostando, refletem sobre como determinados livros os afetaram ou o que determinadas obras lhes possibilitam rememorar. Esta reflexividade é verbalizada na comunidade, necessitando desta para promover discussão. Quando refletem, os *booktubers* tanto se conhecem enquanto amadores quanto permitem aos outros que os conheçam. Aqui, percebo o papel desempenhado pelo coletivo de amadores, que promove conversas em conjunto, atuando como apoio para a sensibilidade, como contraste.

As relações são constituídas em torno do livro e da leitura porque estes são tanto o objeto de amor do *booktuber* quanto o seu suporte material (livro) e imaterial (leitura), possibilitando-lhe a degustação. Estes dois elementos revelam que o conjunto de apreço dos leitores é formado pela materialidade e pela imaterialidade, sendo que um está profundamente imbricado com o outro. A obra *Os 13 porquês* de Victor Almeida significa a felicidade de um dia natal; o gosto de Eduardo Cilto por John Green o encaminha para o afago do livro *Quem é você Alasca?*; os livros biográficos de Tatiana Feltrin a tornam mais próxima dos autores que aprecia. Cada livro lido, cada leitura “favoritada” pelos *booktuber*, cada exemplar que consta em suas estantes lhe ajuda a formar sua performance.

Ao observar o livro e a leitura, entendo o complexo conjunto que o objeto degustado forma. A página amarela, o livro físico, o livro digital, o cheiro de livro novo, as marcações, as marginálias, as miniaturas colecionáveis, os marcadores de página, as edições em capa dura, coleções completas, a textura do papel, são elementos percebidos quando foquei-me no livro. Os autores, os gêneros literários, os tipos de narrativas, os personagens, a imagem do livro na comunidade, os sentimentos despertados por cada história, as manias, práticas, gostos e experiências foram percebidos quando me atentei à leitura.

Os diversos tipos de conteúdo produzidos pelos *booktubers* que analisei no capítulo 7, mostram que estes diversificaram os instrumentos pelos quais degustam. Como mencionado por Hennion (2011), entre o gosto e o amor há uma multidão de dispositivos que lhe permitem o contato com o objeto e o alcance da satisfação, da emoção, do prazer. Assim, cada tipo de vídeo, cada prática de leitura nova, é uma nova forma de contato com o objeto, uma nova forma de degustar. No *booktube* o objeto é degustado a partir da leitura de um livro, mas também a partir de maratonas literárias, de desafios, de projetos, de eventos, de coleções, de marcações, de conversas, de interpretação cênica, de paródias, de torneios literários, etc. Estes leitores estão constantemente descobrindo novas formas de exercer o seu amor pelo livro e pela leitura. Cada nova maneira de degustação descoberta é compartilhada com o coletivo, pois um *booktuber* pauta-se no outro a fim de diversificar seu contato com a cultura literária e o conteúdo que é produzido no seu canal.

No decorrer das análises, tornou-se perceptível que a reflexividade é verbalizada de uma forma “altamente codificada”. Hennion (2007) lembra que o coletivo de amadores possui uma verbalização que é formada por um “vocabulário específico para relatar suas comoções”, observação percebida no *booktube*, pois estes leitores utilizam de expressões que foram criadas ou apropriadas pela comunidade, que são amplamente incorporadas⁴⁶³. Além disso, conforme destaca Goffman (2002), os padrões de linguagem dos atores sociais são componentes de sua representação do eu, integrando sua fachada pessoal. Logo, a linguagem também gera identificação dentro da comunidade através da partilha de dispositivos linguísticos.

Vale lembrar que, a performance de gosto dos *booktubers* é desenvolvida nas redes sociais, o que me leva a intuir que esta performance é formada tanto por três narrativas – expressões transmitidas, expressões emitidas e a relação do *booktuber* com a cultura material – quanto pela estrutura e dinâmica constituídas pela plataforma. Percebo que, por mais que os *booktubers* tenham adaptado o sistema do YouTube a fim de constituir comunidade, ainda são regidos por padrões e condutas estabelecidos pelo ambiente no qual estão inseridos. Logo, o YouTube também é um elemento constitutivo da performance de gosto apresentada na comunidade.

Conforme argumentei no capítulo 5, meu interesse estabeleceu-se na compreensão da internet a partir de suas possibilidades reais e atuais, apreendendo como se constituem hoje as relações neste espaço orientadas essencialmente a partir da cultura da participação. Através da comunidade *booktube*, é possível visualizar os cinco princípios desta cultura, propostos por

⁴⁶³ Através do Quadro 1 é possível visualizar de uma maneira sucinta as expressões relacionadas à degustação dos *booktubers*.

Jenkins (2009b). Ou seja, através do YouTube e das demais redes sociais utilizadas, estes leitores presenciam poucas barreiras para a expressão artística, criam e compartilham conteúdos e saberes, a comunidade guia-se a partir de uma orientação informal, ofertada tanto no campo literário quanto no campo tecnológico, os membros demonstram discernir que sua contribuição é essencial para a comunidade, sentindo algum grau de conexão com os demais leitores que também estão presentes no YouTube.

Observando os preceitos de boyd (2007), os *booktubers* podem ser apreendidos enquanto leitores em rede, pois suas relações são basicamente mediadas por tecnologias como a internet. Há sim um constante fluxo entre as interações *online* e *off-line*, mas tornou-se claro que estas são criadas e nutridas essencialmente no *online*, em um ambiente mediado. Por mais que o YouTube seja uma rede social apropriada, apresenta as quatro diretrizes-chaves propostas pela autora, pois contempla audiências invisíveis, a conversação persiste no tempo, é passível de busca e pode ser replicada, seja em outro contexto seja em outro ambiente.

Penso que a pesquisa desenvolvida aqui alinha-se com a pragmática do gosto proposta por Hennion (2011), pois a compreensão acerca do objeto “veio de baixo”. Coloquei-me como amadora algumas vezes para perceber as nuances simbólicas imbricadas em cada ação, em cada vídeo, em cada relação estabelecida. Busquei observar o trajeto do meu objeto, a fim de entender a sua realidade. Neste empenho, a inspiração etnográfica foi crucial pois me possibilitou um contato longo e diário com o fenômeno abordado. Foi a partir do acompanhamento e observação durante quatro anos da comunidade, formada por meio de um pertencimento plenamente eletivo, que consegui mergulhar em sua *booktubicidade*, isto é, a cultura presente no YouTube que é criada e apropriada pelos *booktubers*.

Ao atentar-me para o conceito de YouTubicidade empreendido por Burgess e Green (2009), observo que os *booktubers* valem-se dos saberes e preceitos que são estabelecidos e usufruídos em canais no YouTube de diversos segmentos, como o tempo ideal de duração de um vídeo, uma identidade visual própria, aberturas e fechamentos de conversas de forma personalizada, o pedido para que aquele que assiste se inscreva no canal e “deixe um joinha no vídeo”, que comente sobre o assunto pautado, etc. Os *booktubers* discernem sobre o padrão de conversação estabelecido dentro do YouTube, independente do foco do canal. Sua *booktubicidade* revela o que está para além deste padrão compartilhado, tornando um canal no YouTube em um canal literário. Uma das principais diferenciações no *booktube* é o estabelecimento da conversação e da participação tanto entre os *booktubers* quanto com os seguidores. Em um canal no YouTube, como o Whindersson Nunes (13.292.352 inscrições), Kéfera Buchmann (9.639.650 inscrições) ou Felipe Neto (6.458.446 inscrições), o foco da

conversa e da atenção do *youtuber* é o seguidor, interações com outros *youtuber* que se dedicam ao mesmo conteúdo são esporádicas, não interferindo no modo como estes conduzem o canal. Já no *booktube*, as formas de conversação são mais partilhadas e coletivas, os *booktubers* necessitam da conversa e do contato tanto entre estes quanto com os seguidores.

A cultura da minha comunidade de interesse foi observada porque analisei não o YouTube enquanto repositório, mas enquanto rede social, atentando-me mais ao modo como esta é apropriada pelos leitores ali presentes do que na estrutura imposta pelo seu *design*. Entendi o YouTube a partir de uma das diversas possibilidades que seus usuários usufruem para comunicar e narrar suas experiências culturais. Por conseguinte, entendi que as formas de degustar o objeto também auxiliam os leitores a estabelecer relação para constituir comunidade. Compreendi que, no *booktube*, a leitura é uma prática cultural que ultrapassa a decifração da escrita, pois é também um conjunto de objetos, gestos, sentidos, emoções, hábitos, experiências e relações com o livro e a sua narrativa.

Ao longo das análises, mostrei os malefícios das generalizações ao ofuscarem fenômenos que não são do conhecimento comum. A tese revela que é prematura a conclusão de que os jovens brasileiros não leem, ou leem por obrigação, não usufruindo de uma narrativa que está para além de sua área de conforto. Observando a maioria dos títulos lidos e desejados pelos *booktubers*, entendo que o *booktube* é um fenômeno geracional, pois trata-se de uma comunidade formada essencialmente por adolescentes e jovens adultos. Tatiana Feltrin é uma exceção à regra neste aspecto. É necessário atentar-se para esta questão, uma vez que, as instâncias legitimadoras no campo da cultura literária pautam-se em outras diretrizes para este grupo, para este âmbito geracional, o que pode não ser observado em grupos de leitores de outras gerações.

A tese também mostra que é errônea a percepção de que as livrarias físicas estão fechando porque não há mais leitores. Através das análises, mostrei que os *booktubers* frequentam livrarias, mas não geram lucros para os seus donos, ou seja, não compram livros. Esses leitores sabem que os preços exercidos pelas lojas físicas são discrepantes com os preços praticados em lojas de *e-commerce* como a Amazon. Não é o consumidor leitor que está se extinguindo, necessariamente; é a forma de consumir desse leitor que mudou.

Destaco, por fim, que as análises empreendidas nesta pesquisa apreenderam eixos teóricos de áreas como letras, antropologia, história, além da comunicação. O objeto de estudo ao qual me dediquei mostra esta convergência de áreas diversas, podendo desmembrar-se em uma profusão de estudos. Como, por exemplo, um enfoque maior na presença da cultura do audiovisual, tanto no YouTube quanto na comunidade; nos diferentes capitais que compõem a

comunidade (social, cultural, econômico); ou até mesmo a realização de uma etnografia da leitura, observando mais atentamente o modo como os leitores realizam suas leituras, tal como proposto por Boyarin (1993). Logo, a pesquisa aqui empreendida é profícua para futuras investigações, ofertando ao campo científico a pista de caminhos diversos por onde o pesquisador pode trilhar seu caminho investigativo.

REFERIR

ABREU, Márcia. **Leitura, História e história da leitura**. São Paulo: Mercado de Letras; Associação de Leitura do Brasil; Fapesp, 1999.

_____. **Cultura letrada: literatura e leitura**. São Paulo: Editora Unesp, 2006.

ADAMS, Douglas. **O guia do mochileiro das galáxias**. São Paulo: Arqueiro, 2010.

ADLER, Mortimer J; DOREN, Charles Van. **Como Ler Livros: o guia clássico para a leitura inteligente**. São Paulo: É Realizações, 2010.

ADMINISTRADORES. **Mark Zuckerberg convida seus 31 milhões de seguidores para Clube do Livro**. 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/cpQePN>>. Acesso em: 13 jan. 2015.

ADNEWS. **YouTube lança aplicativo que permite assistir vídeos offline**. 27 set. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/CQXNWs>>. Acesso em: 10 out. 2016.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AMARAL, Adriana. Redes sociais de música: segmentação, apropriações e práticas de consumo. **Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**. 2010. Disponível em: <<http://goo.gl/FTrVi9>>. Acesso em: 09 out. 2012.

_____. Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais: uma proposta pelo olhar da cultura pop. **Revista Eco Pós**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 1 – 12, 2014.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa: a nova dinâmica de marketing e vendas: como lucrar com a fragmentação dos mercados**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

ATHANASIO, Bruno. **Entrevista | Co-fundadora da rede social Skoob**. 2014. Disponível em: <<http://lireliegostei.com.br/2013/01/23/entrevistaco-fundadoraskoob/>>. Acesso em: 04 abr. 2014.

APPADURAI, Arjun. Introdução: mercadorias e a política de valor. In: APPADURAI, Arjun (Org.). **A vida social das coisas: as mercadorias sob a perspectiva cultural**. Niterói: Editora UFF, 2008.

AYMARD, Maurice. Metamorfoses do livro e da leitura. In: PORTELLA, Eduardo (Org.). **Reflexões sobre os caminhos do livro**. São Paulo: Moderna, 2003.

BALDRATI, Breno. O negócio que cabe em uma caixa. **Gazeta do Povo**. 23 mar. 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/mqjT8y>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

BALVERDU, Andressa Machado. **Comunidade Booktube como alternativa de incentivo à leitura**. 2014. 53 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Biblioteconomia) - Curso de Biblioteconomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2014.

BARABÁSI, Albert-Lászlo. **Linked (conectado): a nova ciência dos networks**. São Paulo: Leopardo, 2009.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

_____; GOMES, Laura Graziela. Apresentação. **Antropolítica - Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política**. Niterói, n. 17, p.11-20, 2. sem. 2004.

_____; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BARON, Naomi. Language of the Internet. In: Ali Farghali (Org.). **The Stanford Handbook for Language Engineers**. Stanford: CSLI Publications, 2002.

_____. **Words Onscreen: The Fate of Reading in a Digital World**. New York: Oxford University Press, 2015.

BARROS, Carla. Hierarquia, escassez e abundância materiais: um estudo etnográfico no universo de consumo das empregadas domésticas. In: MIGUELES, Carmem (Org.). **Antropologia do consumo: casos brasileiros**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

BARTHES, Roland. **Sollers escritor**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1982.

_____. A morte do autor. In _____. **O rumor da língua**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. São Paulo: Edições 70, 2011

BAUMAN, Richard. Fundamentos da performance. **Revista Sociedade e Estado**, v. 29, n. 3, 2014.

BAUMAN, Zygmunt. O livro no diálogo global entre culturas. In: PORTELLA, Eduardo (Org.). **Reflexões sobre os caminhos do livro**. São Paulo: Moderna, 2003.

_____. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAYARD, Pierre. **Como falar de livros que não lemos?** Rio de Janeiro: Objetiva, 2007.

BAYM, Nancy. **Personal Connections in the Digital Age**. Cambridge: Polity, 2010.

PEREIRA, Cláudia; BELEZA, Joana Dominguez Gonzalez Bouères. Sobre a (Não-) Neutralidade do Livro: Cultura Material, Teoria Antropológica do Consumo e os Usos Sociais dos Bens. In: IV CONGRESSO INTERNACIONAL EM COMUNICAÇÃO E CULTURA – COMUNICON, **Anais eletrônicos**. São Paulo, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/aca9YV>>. Acesso em: 10 out. 2015.

BELLEI, Sérgio Luiz Prado. **O livro, a literatura e o computador**. São Paulo: EDUC; Florianópolis: UFSC, 2002.

BENHAMOU, Françoise. **A Economia da cultura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

BERGER, Jonah. **Contágio: por que as coisas pegam**. Rio de Janeiro: Leya, 2014.

BERGIER, Jacques. **Os livros malditos**. São Paulo: Hemus, 2002.

BERTHOUD, Ella; ELDERKIN, Susan. **Remédios literários: livros para salvar a sua vida - de A a Z**. Lisboa: Quetzal, 2016.

BIRKERTS, Sven. **The Gutenberg Elegies: The Fate of Reading in an Electronic Age**. New York: Farrar Straus & Giroux, 2006.

BLOOM, Harold. **Como e por que ler**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.

BOM DIA BRASIL. **'Booktubers' despertam o interesse por livros através da internet**. 02 set. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/4ZcT2k>>. Acesso em: 18 out. 2016.

BORGES, Jorge Luis. **Poesia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

BOURDIEU, Pierre; CHARTIER, Roger. A leitura: uma prática cultural. In: CHARTIER, Roger. (Org.). **Práticas da leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

_____. **A Distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2013.

BOYARIN, Jonathan (Org.). **The ethnography of reading**. Berkeley: University of California Press, 1993.

BOYD, Danah. Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In: BUCKINGHAM, David. **MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media**. Cambridge, MA: MIT Press, 2007.

_____; ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of computer-mediated communication**. v. 13, n. 1, p. 210 – 230, 2008.

BRADBURY, Ray. **Fahrenheit 451**. São Paulo: Globo, 2012.

BRAGA, Adriana. Técnica etnográfica aplicada à comunicação online: uma discussão metodológica. **Revista UNirevista**, v. 1, n. 3, 2006.

BUENO, Ricardo. O Café e o Iluminismo. In: BUENO, Ricardo. **A história da economia brasileira: dos cafezais nasce um novo Brasil**. Porto Alegre: Quatro Projetos, 2011.

BURGESS, Jean; GREEN, Josua. **YouTube e a Revolução Digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BUTTER, David. **Unboxing de tudo**. 2013. Disponível em: <<http://goo.gl/dzDCCf>>. Acesso em: 01 ago. 2014.

CALVINO, Ítalo. **Mundo escrito e mundo não escrito: artigos, conferências e entrevistas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (Org.). **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro, FGV, 2006.

_____. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2011.

CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CARR, Nicholas. **A geração superficial: o que a internet está fazendo com nossos cérebros**. Rio de Janeiro: Agir, 2011.

CARVALHO, Ana Isabel Silva. **A capa de livro: o objecto, o contexto, o processo**. Universidade do Porto. 98f. Dissertação. (Mestrado em Design da Imagem) – Universidade do Porto - Faculdade de Belas Artes, Porto, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTRO, Gisela. Entretenimento, Sociabilidade e Consumo nas Redes Sociais: cativando o consumidor-fã. **Revista Fronteiras: estudo midiático**. São Leopoldo, v. 14, n. 2, p. 133 - 140, 2012.

CASTRO, Ruy. **O leitor apaixonado: prazeres à luz do abajur**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

CBL. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro**. 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/jxPp6H>>. Acesso em: 18 ago. 2016.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2011.

CHARTIER, Roger. Introdução. CHARTIER, Roger. (Org.). **Práticas da leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

_____. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Editora UNESP, 1999a.

_____. **A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII**. Brasília: UnB, 1999b.

_____. **Os desafios da escrita**. São Paulo: Unesp, 2002.

CLEMENTE, Tatiany Araújo. **A função do lead no jornalismo impresso atual**. 2005. 61 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social, habilitação em Jornalismo) - Curso de Comunicação Social, Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), Brasília, 2005.

COELHO TEIXEIRA. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

COLMAN, Dan. **The Chemistry Behind the Smell of Old Books: Explained with a Free Infographic**. 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/Z0ZGdg>>. Acesso em: 12 jan. 2015.

COOVER, Robert. The End of Books. **New York Times Review of Books**. 1992. Disponível em: <<http://goo.gl/yXm5VT>>. Acesso em: 15 mar. 2015.

CORRAL, Milagros del. A cultura do escrito na era da globalização: qual futuro para o livro? In: PORTELLA, Eduardo (Org.). **Reflexões sobre os caminhos do livro**. São Paulo: Moderna, 2003.

CORRÊA, Thomas Souto. O verdadeiro significado da palavra publisher. **Almanaque da Comunicação**. 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/D6wGZQ>>. Acesso em: 12 jun. 2016.

DAHL, Roald. **Matilda**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

DA MATTA, Roberto. O ofício do cartógrafo ou como ter anthropological “blues”. **Boletim do Museu Nacional**. Rio de Janeiro. Antropologia, nº 27, mai. 1978.

_____. **O que faz o brasil, Brasil?**. Rio de Janeiro: Editora Sala, 1984.

DARNTON, Robert. História da leitura. In: BURKE, Peter (Org.) **A escrita da história: novas perspectivas**. São Paulo. UNESP, 1992.

_____. **A questão dos livros: presente, passado e futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

DEBRAY, Régis. The book as symbolic object. In: NUNBERG, Geoffrey (Org.). **The future of the book**. California: University of California Press, 1996.

DEPALLENS, Vanessa. **Le BookTubing: une occasion différente de faire de la performance orale? Et oui, em dépit de la littérature!** 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/Y5drur>>. Acesso em: 25 mai. 2016.

DESTEFANIS, Alejandra. Booktubers y performances virtuales: modos contemporáneos de difundir y compartir literatura juvenil en la Red. In: VIII JORNADAS DE JÓVENES INVESTIGADORES, **Anais eletrônicos**. Buenos Aires, 2015.

DICIONÁRIO INFORMAL. **Samplear**. 2015. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/samplear/>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

_____. **Remix**. 2015. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/remix/>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

DINIZ, Thiciane. **“The Shippers”:** Saiba Tudo Sobre a Arte de Shippar nas Séries de TV!. 29 jul. 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/4qRcBt>>. Acesso em: 05 out. 2016.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

DUARTE, Alice. A antropologia e o estudo do consumo: revisão crítica das suas relações e possibilidades. **Etnográfica**, v. 14, n. 2, 2010.

ECO, Umberto. **From Internet to Gutenberg**: A lecture presented by Umberto Eco at The Italian Academy for Advanced Studies in America. 1996. Disponível em: <<http://goo.gl/yFxOoo>>. Acesso em: 04 fev. 2015.

_____; CARRIÈRE, Jean-Claude. **Não contem com o fim do livro**. Rio de Janeiro: Record, 2010.

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. São Paulo: Ideias & Letras, 2010.

EL FAR, Alessandra. **O livro e a leitura no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

ÉPOCANEGÓCIOS. **J.K. Rowling compartilha cartas de editoras que rejeitaram seu livro**. 25 mar. 2016. Disponível em: <<http://goo.gl/eHbqpWo>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

EPSTEIN, Jason. **O negócio do livro**: passado, presente e futuro do mercado editorial. São Paulo: Record, 2002.

ESCOBAR, Arturo. Bem-vindos à Cyberia: notas para uma antropologia da cibercultura. In: SEGATA, Jean; RIFIOTIS, Theophilos (Org.). **Políticas Etnográficas no campo da Cibercultura**. Brasília: ABA, 2016.

FACCHINI, Talita. **Futuro do livro: digital e impresso continuarão dividindo espaço**. 26 ago. 2016. Disponível em: <<http://goo.gl/vttYVG>>. Acesso em: 10 set. 2016.

FAGUET, Émile. **A Arte de Ler**. São Paulo: Casa da Palavra, 2009.

FAILLA, Zoara. Retratos de um jovem leitor. **Revista Observatório Itaú Cultural**. Livro e Leitura: das políticas públicas ao mercado editorial. N. 17 (ago./dez. 2014). São Paulo: Itaú Cultural, 2014.

FARIA, Caroline. **Space Opera**. Disponível em: <<https://goo.gl/tbUvmi>>. Acesso em: 06 dez. 2016.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERNANDES, Luís Flávio; RIOS, Rosana. **Enciclonérdia**: almanaque de cultura nerd. São Paulo: Panda Books, 2011.

FINCO, Nina. **Livros de youtubers viraram a grande aposta do mercado editorial**. 26 ago. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/XN0H1G>>. Acesso em: 04 set. 2016.

FISCHBERG, Josy. Adolescentes brasileiros formam legião de leitores-fãs e impulsionam as vendas das editoras. **O Globo**. 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/ije2He>>. Acesso em: 04 jul. 2016.

FISCHER, Steven Roger. **História da leitura**. São Paulo: UNESP, 2006.

FISKE, John. The Cultural Economy of Fandom. In: LEWIS, L. **The adoring audience**: fan culture and popular media. London: Routledge, 1992.

FLUSSER, Vilém. **A escrita**. São Paulo: Annablume, 2010.

FONTANELLA, Fernando. “O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera”. In: III SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER. **Anais eletrônicos**. São Paulo, 2009.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2011.

G1 em 1 Minuto. **‘booktuber’s dão dicas de livros imperdíveis**. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/oEaC6F>>. Acesso em: 19 out. 2016.

GALEANO, Eduardo. In: FARIA, Glauco; SOARES, Nicolau. Eduardo Galeano, o caçador de vozes. **Forum**. 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/2D4CYW>>. Acesso em: 11 jul. 2016.

GARCÍA, Gemma. Booktube: lectura juvenil por un tubo. **Revista Mi Biblioteca**. Espanha, v. 1, n. 44, p. 58 - 62, 2016.

GARTON, Laura; HAYTHORNTHWAITE, Caroline; WELLMAN, Barry. Studying Online Social Networks. **Journal of Computer-Mediated Communication**. v. 1, n. 3, 1997. Disponível em: <<http://goo.gl/NOFrHu>>. Acesso em: 04 jul. 2014.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

_____. **O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

_____. **Obras e vidas: o antropólogo como autor**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

GIGLIO, Ernesto Michelangelo. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Thomson, 2004.

GILMOREGIRLS. **Os 340 livros citados em Gilmore Girls**. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/q1tZhI>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

GIOIA, Dana. **Reading at risk: a survey of library reading in America**. Washington: National Endowment for the arts, 2004.

GIOVANNINI, Giovanni (Org.). **Evolução na comunicação: do sílex ao silício**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

GIRON, Luís Antônio. **Philip Roth: “A cultura literária acabará em 20 anos”**. 2013. Disponível em: <<http://goo.gl/oevvoD>>. Acesso em 06 set. 2014.

GOIS, Lindsay. **Tendências do Mercado Editorial (Papo de Escritor)**. Entrevistador: Leonardo Barros. [S.I.], 2015. (45 min 35 s). Disponível em: <<https://youtu.be/GpInMH0J2sI>>. Acesso em 06 jul. 2016.

GOFFMAN, Erving. **A representação do Eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2002.

GORGULHO, Luciane Fernandes; GOLDENSTEIN, Marcelo; ALEXANDRE, Patrícia Vieiro Machado; MELLO, Gustavo Affonso Taboas de. A Economia da Cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. IN: **BNDES Setorial**, p. 299 - 355, 2009.

GOSDEN, Chris. Material Culture and Long-Term Change In: TILLEY, Christopher Tilley; KEANE, Webb; KUECHLER-FOGDEN, Susanne; ROWLANDS, Mike; SPYER, Patricia Spyer (Org.). **Handbook of Material Culture**. London: SAGE Publications, 2013.

GREEN, John. **A culpa é das estrelas**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
HELD, Jacqueline. **O Imaginário no poder: as crianças e a literatura fantástica**. São Paulo: Summus, 1980.

HENNION, Antoine. Music Lovers. Taste as performance. **Theory, Culture & Society**, v. 18, n. 5, p. 01 - 18, 2007.

_____. Reflexividades: a atividade do amador. **Estudos de Sociologia: Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPE**, v. 16. n. 1. p. 33 - 58, 2009.

_____. Gustos Musicales: de una sociologia de la mediacion a una pragmática del gusto. **Comunicar: Revista Científica de Educomunicacion**, v. 17, n. 34, p. 25 - 33, 2010.

_____. Pragmática do gosto. **Desigualdade & Diversidade: Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio**, n. 8, p. 253 - 277, 2011.

HENSLIN, James M. **Instructor's Manual for Henslin's Essentials of Sociology A Down-to-Earth Approach**. United States: Pearson Education, 2013.

HILÁRIO, Leomir Cardoso. Teoria Crítica e Literatura: a distopia como ferramenta de análise radical da modernidade. **Revista Anuário de Literatura**, v. 18, n. 2, 2013.

HINE, Christine. **Etnografia Virtual**. Barcelona: Editorial UOC, 2004.

HORELLOU-LAFARGE, Chatal; SEGRÉ, Monique. **Sociologia da Leitura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2010.

IBGE. **Brasil em síntese: educação**. Disponível em: <<http://goo.gl/fCF2Vi>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

ISER, Wolfgang. **O ato da leitura: uma teoria do efeito estético**. São Paulo: Editora 34, 1999.

JAUSS, Hans Robert. **A história da literatura como provocação à teoria literária**. São Paulo: Ática, 1994.

JEFFMAN, Tauana Mariana Weinberg; VILELA, Mateus Dias. O dia em que a internet congelou: apropriações de Avenida Brasil nas mídias sociais. **Sessões do Imaginário (Online)**, v1. 2012/01, p. 11, 2012.

_____; _____. Da Agenda-Setting à Cauda Longa: 'para a nossa alegria' as webcelebridades invadiram as mídias tradicionais. In: Lúcia Loner Coutinho; Sandra Mara Garcia Henriques.

(Org.). **Comunicação e sociedade tecnológica**. 1ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2013, v. 1, p. 152-165.

_____. Redes Sociais Segmentadas: Socialidade, consumo e segmentação na era digital. In: SIMPÓSIO EM TECNOLOGIAS DIGITAIS E SOCIABILIDADE: PERFORMANCES INTERACIONAIS E MEDIAÇÕES SOCIOTÉCNICAS – SIMSOCIAL, **Anais Eletrônicos**. Salvador, 2013.

_____. Socialização e consumo em redes sociais segmentadas. In: XV CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, **Anais eletrônico**. Palhoça, 2014a.

_____. Socialização e consumo em redes sociais segmentadas: um estudo sobre o Skoob. In: V ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA - PROPESQ, **Anais eletrônicos**. São Paulo, 2014b.

_____. Literatura que cabe na tela: Uma análise da cultura participativa, consumo e conexões nos booktubers. In: V ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO - ENEC, **Anais eletrônicos**. Rio de Janeiro, 2014c.

_____. O sabor do saber: Uma análise da relação entre cafés, livros e redes sociais segmentadas através do Encontro dos Skoobers. In: VIII SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, **Anais eletrônico**. São Paulo, 2014d.

_____. Literatura compartilhada: uma análise da cultura participativa, consumo e conexões nos booktubers. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)**, v. 4, n. 2, p. 99 - 108, 2015.

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

_____. **Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century**. London: MIT Press books, 2009b.

_____; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

_____. **Invasores do texto: fãs e cultura participativa**. Rio de Janeiro: Marsupial, 2015.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

KIRKPATRICK, David. **O efeito Facebook: os bastidores da história da empresa que conecta o mundo**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.

LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina. **A formação da leitura no Brasil**. São Paulo: Ática, 1999.

_____; _____. **Das tábuas da lei à tela do computador: a leitura em seus discursos**. São Paulo: Ática, 2009.

LANGE, Patricia G. Videos of Affinity on YouTube. In: SNICKARS, Pelle; VONDERAU, Patrick (Org.). **The YouTube Reader**. Stockholm: Mediastoriskt, 2009.

LANOT, Frank. **Dicionário de Cultura Literária: 100 Citações & 100 Personagens Célebres**. Rio de Janeiro: Difel, 2007.

LAUTERMAN, Tirza; ACKERMAN, Rakefet. Overcoming screen inferiority in learning and calibration. **Computers in Human Behavior**. v. 35, p. 455 – 463, 2014.

LEMOS, André; Lévy, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMUS, Catalina. **Booktubers: la comunidad de críticos jóvenes**. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/zU72Gh>>. Acesso em: 06 jul. 2014.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. A Revolução contemporânea em matéria de Comunicação. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da (Org.). **Para navegar no século XXI: tecnologias do imaginário e cibercultura**. 3. ed. Porto Alegre: Sulinas/Edipucrs, 2003.

_____. O ciberespaço como um passo metaevolutivo. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da (Org.). **A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LIMA, Diana Nogueira de Oliveira. **Consumo: uma perspectiva antropológica**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2010.

LIMA, Luiz Costa. **A Literatura e o Leitor: Texto de Estética da Recepção**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

LINDOSO, Felipe. Panorama do setor editorial brasileiro. In: **Revista Observatório Itaú Cultural** – N. 17 (ago./dez. 2014). Livros e leituras: das políticas públicas ao mercado editorial. São Paulo: Itaú Cultural, 2014.

LINDSTROM, Martin. **A lógica do consumo: verdade e mentiras sobre por que compramos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

LIU, Hugo. Social network profiles as taste performances. **Journal of Computer-mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 252 - 275, 2008.

LÖFGREN, Orvar. Material Culture. In: BENDIX F. Regina; ROKEM-HASAM. **A companion to folklore**. Wiley-Blackwell: UK, 2012.

LOPES, Fernando dias. **Economia da cultura**. Porto Alegre: Ministério da Cultura/UFRGS/EA, 2014.

LUCCHESI, Alexandre. **Vlogueiros literários dão dicas de leitura em canais no YouTube**. 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/d4KIMG>>. Acesso em: 08 jan. 2014.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. Etnografia urbana. In: FORTUNA, Carlos; LEITE, Rogério. **Plural de cidade: novos léxicos urbanos**. Coimbra: Edições Almedinha, 2009.

MALINI, Fábio. Literatura, Twitter e Facebook: a economia dos likes e dos rts dos usuários-fãs de literatura brasileira nas redes sociais. **Revista Observatório Itaú Cultural**. Livro e Leitura: das políticas públicas ao mercado editorial. N. 17 (ago./dez. 2014). São Paulo: Itaú Cultural, 2014.

MALINOWSKI, B. **Argonautas do Pacífico Ocidental**: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia. São Paulo: Ática, 1978.

MANGEN, Anne. Hypertext fiction reading: haptics and immersion. **Journal of Research in Reading**, v. 31 n.4, p. 404 – 419, 2008.

MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

MANSUR, Bia. Youtubers criam canais de literatura e incentivam novos leitores na internet. **G1**. 02 set. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/R8ASWM>>. Acesso em: 01 out. 2016.

MAR, Raymond; TACKETT, Jennifer; MOORE, Chris. Exposure to media and theory-of-mind development in preschoolers. **Cognitive Development**. v. 25, n. 1, p. 69 - 78, 2010.

MARQUES, Melissa. 5 booktubers para acompanhar. **TodaTeen**. 29 set. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/tuA5IJ>>. Acesso em: 01 out. 2016.

MARTÍNEZ, Guadalupe Álvarez. Booktubers: problematización de la promoción de la lectura por internet. **Revista Lepisma: Creación y crítica literaria**. México, v. 1, n. 1, p. 01 - 13, 2015.

MARTINS, Dileta; ZILBERKNOP, Lubia. **Português Instrumental**. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2002.

MARTINS, Maria Helena. **O que é leitura**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

MARTINS, Wilson. **A palavra escrita**: história do livro, da imprensa e da biblioteca. São Paulo: Ática, 2002.

MATOS, Patrícia. *O nerd virou cool*: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão. In: XVI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, **Anais eletrônicos**. São Paulo, 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/LSvJ77>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva**: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**: a formação do homem tipográfico. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972.

_____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2002.

MIGUELES, Carmem. Introdução. In: MIGUELES, Carmem (Org.). **Antropologia do consumo**: casos brasileiros. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

MILLER, Daniel. Why some things matter. In: MILLER, Daniel (Org.). **Material cultures: Why some things matter**. London: UCL Press, 2001.

_____. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, v. 13, n. 28, p. 33 - 63, 2007.

_____. **The Comfort of Things**. Cambridge: Polity Press, 2009.

_____. **Tales From Facebook**. PolityPress: Cambridge, 2011.

_____. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013a.

_____. Consumption. In: TILLEY, Christopher Tilley; KEANE, Webb; KUECHLER-FOGDEN, Susanne; ROWLANDS, Mike; SPYER, Patricia Spyer (Org.). **Handbook of Material Culture**. London: SAGE Publications, 2013b.

MIRANDA, André. **'Sick-lit', a nova e polêmica literatura para adolescentes**. 2013. Disponível em: <<http://goo.gl/0SqFHz>>. Acesso em: 14 set. 2014.

MITCHELL, Jon. Performance. In: TILLEY, Christopher Tilley; KEANE, Webb; KUECHLER-FOGDEN, Susanne; ROWLANDS, Mike; SPYER, Patricia Spyer (Org.). **Handbook of Material Culture**. London: SAGE Publications, 2013.

MODRO, Nielson Ribeiro. **Nas entrelinhas do cinema**. Joinville: Univille, 2008.

MONTARDO, Sandra Portella. Fotos que fazem falar: desafios metodológicos para análise de redes temáticas em fotologs. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 37, p. 75 - 84, 2008.

_____. Conteúdo gerado pelo consumidor: reflexões sobre sua apropriação pela Comunicação Corporativa. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. 33, n. 2, p. 161 - 180, 2010.

_____. Consumo Digital e Teoria de Prática: uma abordagem possível. In: XXXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, **Anais eletrônicos**. Manaus, 2013. Disponível em: <<http://goo.gl/VsMjBR>>. Acesso em: 04 jul. 2013.

_____; ARAÚJO, William. Performance e práticas de consumo online: ciberativismo em sites de redes sociais. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 472 - 494, 2013.

_____. SILVA, Thaís Della Tôrres. **Contém spoiler: performance e consumo no site de rede social temático Filmow**. In: XXXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, **Anais eletrônicos**. Foz do Iguaçu, 2014.

_____. _____. Consumo digital, performance e livros: estudo comparativo entre os sites Skoob e Scribd. **Revista Fronteiras: estudos midiáticos**. São Leopoldo. v. 17, n. 1, p. 23 - 32, 2015.

MONTEBLANCO, Luciana. Comunidades em red en la Sociedad de la Información: informan, comunican, conectan. El fenómeno Booktube. **Revista Informatio**. Uruguai, v. 20, n. 1, p. 49 - 68, 2015.

NAVARRO, Maria Fernanda. **Booktubers, ¿es la nueva crítica en línea?**. 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/GD7SR5>>. Acesso em: 04 jul. 2014.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. Companhia da Letras: São Paulo, 1995.

OGLOBO. **Pesquisa detalha distribuição das livrarias no país: Regiões Sudeste e Sul concentram 74% dos espaços comerciais dedicados a livros**. 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/vwjxa0>>. Acesso em: 14 set. 2014.

_____. **Vendas de livros impressos sobem, enquanto digitais perdem popularidade, diz FT**. 2015a. Disponível em: <<http://goo.gl/wluVH1>>. Acesso em: 14 jan. 2015.

_____. **Estado Islâmico destrói mais de 8 mil livros e manuscritos raros de biblioteca no Iraque**. 2015b. Disponível em: <<http://goo.gl/4fO489>>. Acesso em: 24 mar. 2015.

OLIVEIRA, Cinthya. Booktubers conquistam público e mercado literário. **Hoje em Dia**. 18 jun. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/SQ9IWW>>. Acesso em: 14 out. 2016.

OLIVEN, Ruben George; PINHEIRO-MACHADO, Rosana. Apresentação. **Revista Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, v. 13, n. 28, p. 7 - 13, 2007.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**. 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 08 out. 2013.

PALÁCIOS, Marcos. Cotidiano e Sociabilidade no Ciberespaço: Apontamentos para Discussão. In: FAUSTO NETO, Antônio; PINTO, Milton José (Org.). **O Indivíduo e as Mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

PEIXOTO, Pablo. **Vlog e Videocast: guia básico**. Rio de Janeiro: Marsupial, 2014.

PERRIN, Andrew. **Book Reading 2016**. 1 set. 2016. Disponível em: <<http://goo.gl/vDTAvSo>>. Acesso em: 10 set. 2016.

PETIT, Michèle. **Os jovens e a leitura: uma nova perspectiva**. São Paulo: Editora 34, 2008.

_____. **A arte de ler: ou como resistir à adversidade**. São Paulo: Editora 34, 2009.

PINHEIRO, Marta de Araújo. Subjetivação e consumo em sites de relacionamento. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 5, n. 14, p. 103 - 121, 2008.

POLINOV, Beatriz. Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia. Implicações dos conceitos. **Revista Esferas**. Brasília, v. 2, n. 3, p. 61 - 71, 2013.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós** (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/KqRzeZ>>. Acesso em: 15 jan. 2016.

PROCÓPIO, Ednei. **O livro na era digital: o mercado editorial e as mídias digitais**. São Paulo: Giz Editorial, 2010.

PROLIVRO. **Retratos da Leitura no Brasil**. 2016. Disponível em: <<http://goo.gl/hA9wgQ>>. Acesso em: 07 jun. 2016.

PROUST, Marcel. **Sobre a leitura**. São Paulo: Pontes, 1991.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. **A conversação em rede: A comunicação mediada pelo computador e as redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

_____. Contribuições da Análise de Redes Sociais para o Estudo das Redes Sociais na Internet: O caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma. **Revista Fronteiras (Online)**: v. 16, p.1 - 15, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/7ig2H6>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

REPORTBRAIN. **What is a Digital Influencer and Influencer Marketing?**. 27 jul. 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/QPZhdh>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual**. Lisboa: Grávida, 1996.

_____. **Rethinking Virtual Communities**. 2000. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/VirtualCommunity.html>>. Acesso em: 10 out. 2012.

_____. **Net Smart: How to Thrive Online**. London: MIT Press books, 2012.

RIBEIRO, Vera Masagão. Alfabetismo funcional: Referências conceituais e metodológicas para a pesquisa. **Educação & Sociedade**, v. 18, n. 60, 1997.

RIESMAN, David. **A multidão solitária: um estudo da mudança do caráter americano**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1971.

ROUANET, Sérgio Paulo. Do fim da cultura ao fim do livro. In: PORTELLA, Eduardo (Org.). **Reflexões sobre os caminhos do livro**. São Paulo: Moderna, 2003.

RÜDIGER, Francisco. A escola de Frankfurt. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

RYBACK, Timothy W. **A biblioteca esquecida de Hitler: os livros que moldaram a vida do Führer**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

SÁ, Simone Pereira de. Utopias comunais em rede: discutindo a noção de comunidade virtual. In: X ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, **Anais eletrônicos**. Brasília, 2001.

_____. **O samba em rede: comunidades virtuais, dinâmicas identitárias e carnaval carioca**. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital**. São Paulo: Editora Senac, 2012.

SARTRE, Jean-Paul. **O que é a literatura?** São Paulo: Ática, 2004.

SCHECHNER, Richard. "O que é performance?". In: SCHECHNER, Richard. **Performance studies: an introduccion**. New York & London: Routledge, 2006.

SCHIFFRIN, André. **O negócio dos livros**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

SCHWALBE, Will. **O clube do livro do fim da vida: uma história real sobre perda, celebração e o poder da leitura**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

SERRANO-PUCHE, J. La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman. **Revista Anàlisi**, n. 46, p. 1 - 17. 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/Tby7SM>>. Acesso em: 04 jul. 2016.

SHANER, Andrew. **Defining steampunk through the films of hayao miyazaki**. 2011. 63f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Inglês) - Division of english, The Pennsylvania State University, Pennsylvania, 2011.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

_____. **Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SIBILIA, Paula. **O Show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Ezequiel Theodoro da. **O ato de ler: fundamentos psicológicos para uma nova pedagogia da leitura**. São Paulo: Cortez, 2011.

SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer: como pesquisar e escrever textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SILVA, Renata Prado Alves. BookTube: Livros e Leitura em Vlogs no YouTube. In: XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, **Anais eletrônicos**. São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/Ebv0jh>>. Acesso em: 14 set. 2016.

SILVEIRA, Júlio; RIBAS, Martha. **A paixão pelos livros**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2004.

SKOOB. **MídiaKit**. 2014. Disponível em: <<http://www.skoob.com.br/midiakit/>>. Acesso em: 04 abr. 2014.

SOARES, Angélica. **Gêneros literários**. São Paulo: Ática, 2008.

SOARES, Thiago. Cultura Pop: Interfaces Teóricas, Abordagens Possíveis. In: XXXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, **Anais eletrônicos**. Manaus, 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/QAtHgG>>. Acesso em: 14 mai. 2015.

SOLOMON, Michael. R. **O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SORENSEN, Karen; MARA, Andrew. Booktubers as a networked knowledge Community. In: LIMBU, Marohang; GURUNG, Binod (Org.). **Emerging pedagogies in the networked knowledge society: practices integrating social media and globalization**. Usa, IG Global, 2014.

STALLONI, Yves. **Os gêneros literários: a comédia, o drama, a tragédia, o romance, a novela, os contos, a poesia**. Rio de Janeiro: Difel, 2001.

SUBRAHMANYAM, Kaveri. Learning from Paper, Learning from Screens. **International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning**, v. 3, n. 4, p. 1-27, 2013.

SZAPKIN, Amanda; COURDUFF, Jennifer; CARTER, Kimberly; BENNETT, David. Electronic versus traditional print textbooks: A comparison study on the influence of university students' learning. **Computers & Education**, v. 63, p. 430 - 446, 2013.

TANCER, Bill. **Click: o que milhões de pessoas estão fazendo on-line e por que isso é importante**. São Paulo: Globo, 2009.

TAVARES, Ingrid. **Cheiro de livro vira perfume cult**. 2012. Disponível em: <<http://goo.gl/vkRfJ8>>. Acesso em: 12 jan. 2015.

TAVARES, José Eduardo. **Unboxing: O Consumidor e a Embalagem**. 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/MQeqE5>>. Acesso em: 04 jul. 2014.

TELES, Lília. **70% dos brasileiros não leram em 2014, diz pesquisa da Fecomercio-RJ**. 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/YQVpPj>>. Acesso em: 04 abr. 2015.

THOMPSON, John B. **Mercadores de cultura**. São Paulo: Unesp, 2013.

TODOROV, Tzvetan. **Introdução à Literatura Fantástica**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

TOLILA, Paul. **Cultura e Economia: problemas, hipóteses, pistas**. São Paulo: Iluminuras, 2007.

UNESCO. **The Education for All Development Index**. 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/74ZcY>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

VANZELLOTTI, Caroline Agne; ALMEIDA, Thiago Gomes de. Literatura ou Entretenimento? O que leva os jovens ler a série Crepúsculo. In: V ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO - ENEC. **Anais eletrônicos**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://goo.gl/e97wTW>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

VIVANE, Gladis. **Livros, cafés e algo mais**. 2013. Disponível em: <<http://www.cafefacil.com.br/blog/tag/livros/>>. Acesso em: 01 out. 2014.

WALSH, Joanna. Will #readwomen2014 change our sexist reading habits?. **The Guardian**. 20 jan. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/HOLJmI>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

WATTS, Duncan J. **Seis graus de separação (six degrees)**. São Paulo: Leopardo, 2009.

WELLMAN, Barry; GULIA, Milena. Net-Surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities as Communities. In: WELLMAN, Barry. (Org.). **Networks in the Global Village: Life in Contemporary Communities: United States of America**: Westview Press, 1999.

- _____. Physical place and cyberplace: the rise of personalized networking. **International Journal of Urban and Regional Research**, v. 25, n. 22, p. 227-252, 2001. Disponível em: <<https://goo.gl/SvvGN5>>. Acesso em: 15 fev. 2016.
- WILLIAMS, Raymond. Base e superestrutura na teoria cultural marxista. **Revista USP**, São Paulo, n. 65, p. 210 - 224, 2005.
- WITTER, Geraldina. **Leitura e Psicologia**. Campinas: Alínea, 2004.
- WOLTON, Dominique. Pensar a internet. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. **A genealogia do virtual**: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- WOODWARD, Ian. **Understanding Material Culture**. London: SAGE Publications, 2007.
- WOODY, William; DANIEL, David; BAKER, Crystal. 2010. E-books or textbooks: Students prefer textbooks. **Computers & Education**. v. 55, n. 3, p. 923 - 1404, 2010.
- WOOLF, Virgínia. **O leitor comum**. São Paulo: Graphia, 2007.
- _____. **Um teto todo seu**. São Paulo: Tordesilhas, 2014.
- YOUTUBE. **Statistics**. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/VQXic5>>. Acesso em: 15 set. 2016.
- YUNES, Eliana. **Tecendo um leitor**: uma rede de fios cruzados. Curitiba: Aymar, 2009.
- ZERO HORA. **Editoras apostam no sucesso dos livros interativos**. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/HBLodH>>. Acesso em: 15 set. 2016.
- ZILBERMAN, Regina. **Fim do livro, fim dos leitores?** São Paulo: Senac, 2001.
- ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

APÊNDICE A – TABELA BOOKTUBES

Devido à dimensão da tabela referente ao Apêndice A, optei por disponibilizá-la em versão digital que pode ser acessada através deste *link* – <https://goo.gl/5sCftk> – ou através do QR Code abaixo.



APÊNDICE B – TABELA VÍDEOS TATIANA FELTRIN

URL	Título do vídeo	Data	Views	Comentários
https://www.youtube.com/watch?v=cfo7FaSRTvg	Como eu organizo o canal Tatiana Feltrin [menciona e coloca o link do canal]	1 de jun de 2016	14.738	227
https://www.youtube.com/watch?v=xgezAKpI4os	Quadrinhos + Mangás + Animes + Preacher + Outcast + Deadpool Tatiana Feltrin [menciona e coloca o link do canal da Jotaplufztz]	29 de mai de 2016	19.695	268
https://www.youtube.com/watch?v=igUjOjp0rZw	Lendo Tolstói: 5 Contos (Contos Completos) Tatiana Feltrin	27 de mai de 2016	11.795	64
https://www.youtube.com/watch?v=nHbgDrp1fYk	A Talentosa Highsmith (Joan Schenkar) Tatiana Feltrin [chatíssimo] [canequinhas no Instagram] [fica aí a não dica] [desafio 12 livros para 2016]	25 de mai de 2016	11.238	65
https://www.youtube.com/watch?v=ITvt8iVIeH0	Submissão (Michel Houellebecq) - Você Escolheu #34 Tatiana Feltrin [blurb terrível]	22 de mai de 2016	15.896	227
https://www.youtube.com/watch?v=hEIQB4y45aA	[FUVEST] Iracema (José de Alencar) Tatiana Feltrin [isso não é uma vídeo aula / vc que ta procurando um resumo, tchau. O que eu gostaria era que vc ficasse com vontade de ler o livro] [tudo depende do jeito que vc encara a leitura] [pq não ler com vontade uma lenda brasileira?]	20 de mai de 2016	16.792	122
https://www.youtube.com/watch?v=bDIDvKk1AI4	Esse é o seu melhor? (Erik Bertrand Larssen) Tatiana Feltrin [o vídeo de hoje é um plubeditorial]	18 de mai de 2016	12.373	65
https://www.youtube.com/watch?v=Ao1x9-qc0yk	TAG: "By the Book" Tatiana Feltrin [vídeo confessional] [irritante mania de não abandonar livros]	15 de mai de 2016	19.541	143
https://www.youtube.com/watch?v=bTJVlJB48NA	Caixa Postal 2015 #4 Abril 2016 Tatiana Feltrin [presentes / parcerias / compras]	11 de mai de 2016	16.173	176

https://www.youtube.com/watch?v=7R5gsaP46Ik	Você Escolhe #34 + O que eu estou lendo Maio 2016 Tatiana Feltrin [indicou o vídeo Eli / Mostra o canal no vídeo e comenta o conteúdo / lembra que a compra pelos links ajuda o canal / votos nos comentários]	8 de mai de 2016	16.500	1.369
https://www.youtube.com/watch?v=R_Hpd4r1wdw	Lendo Guerra e Paz #17 Fim da leitura Tatiana Feltrin	6 de mai de 2016	6.764	69
https://www.youtube.com/watch?v=6iJfHqweuZg	VEDA #30: O fim do VEDA! \o/ Tatiana Feltrin	30 de abr de 2016	14.949	322
https://www.youtube.com/watch?v=2A0jYNXkZuc	VEDA #29: Quadrinhos + Mangás + Anime de Abril 2016 Tatiana Feltrin [ficou sem graça por dar um spoiler sem querer] [indicou o canal da Bella Ninne e da Pati Pirota]	29 de abr de 2016	14.530	321
https://www.youtube.com/watch?v=TQpFpt7dVZ8	VEDA #28: O talentoso Ripley + Diário sexual de um poeta aos 40 + Resultado da pesquisa [publieditorial / coundsurfing? de Diário sexual de um poeta aos 40] [to notando uma movimentação em torno de Lolita] [só o Garota Exemplar eu não tenho, quer dizer, tem no Kindle]	28 de abr de 2016	11.910	172
https://www.youtube.com/watch?v=uU39Kml9FPo	VEDA #27: TOP 10: Séries formadoras de caráter Tatiana Feltrin [vídeo confessional]	27 de abr de 2016	34.125	758
https://www.youtube.com/watch?v=L9rJJMaDVPM	VEDA #26: Mercado Editorial: algumas considerações Tatiana Feltrin	26 de abr de 2016	17.320	520
https://www.youtube.com/watch?v=q9ynWUusv3k	VEDA #24: As Brumas de Avalon (Marion Zimmer Bradley) Tatiana Feltrin [Cliff hanger]	24 de abr de 2016	16.717	337
https://www.youtube.com/watch?v=Z1Q3tLHCDTE	VEDA #23: Filmes favoritos da minha coleção - Tatiana Feltrin	23 de abr de 2016	19.522	170
https://www.youtube.com/watch?v=gBPPOVbKwP8	VEDA #22: Lendo Guerra e Paz #16: Parte 4 do quarto tomo Tatiana Feltrin	22 de abr de 2016	3.586	33

https://www.youtube.com/watch?v=4jyQLtGbEdU	VEDA #21 Para Gostar de Ler #1 - Crônicas Tatiana Feltrin [você que acha que não gosta de ler é pq não encontrou o livro certo / leitura na infância]	21 de abr de 2016	10.881	133
https://www.youtube.com/watch?v=icCiADSqkh0	VEDA #20: Só garotos (Just Kids - Patti Smith) - Você Escolheu #33 Tatiana Feltrin [uma história linda, um livro lindo, já falei e vou repetir várias vezes / sem contar que o livro é lindo]	20 de abr de 2016	12.723	123
https://www.youtube.com/watch?v=2hqRKDodtXY	VEDA #19: TOP 10: Filmes preferidos (hoje) Tatiana Feltrin	19 de abr de 2016	26.251	377
https://www.youtube.com/watch?v=n7VgqZ7YE04	VEDA #18: Quais livros vocês gostariam de ver no TLT ? Tatiana Feltrin	18 de abr de 2016	11.887	347
https://www.youtube.com/watch?v=Sxg8oOXJlcU	VEDA #17: Primeiras Histórias: Um projeto de leituras Tatiana Feltrin	17 de abr de 2016	14.265	166
https://www.youtube.com/watch?v=Ius5sX6Cz74	VEDA #16: Perguntas & Respostas (edição VEDA #2) Tatiana Feltrin [adquire livros físicos se gostou da leitura do e-book] bebe café ou chá	16 de abr de 2016	15.777	170
https://www.youtube.com/watch?v=O7U-g1a1Kww	VEDA #15: Lendo Guerra e Paz #16: Parte 3 do Quarto tomo Tatiana Feltrin	15 de abr de 2016	3.67	34
https://www.youtube.com/watch?v=lCsRXyR0mGE	VEDA #14: O Incêndio de Tróia e os Livros que não sobrevivem à releitura Tatiana Feltrin	14 de abr de 2016	13.117	139
https://www.youtube.com/watch?v=V0ovx4BwaFY	VEDA#13 Mini Vlog Mercado editorial: Algumas questões Tatiana Feltrin	13 de abr de 2016	12.061	81
https://www.youtube.com/watch?v=gJig3Lx8Zs4	VEDA #11: Book Talk: Apropriação de ideias Tatiana Feltrin	11 de abr de 2016	22.235	612
https://www.youtube.com/watch?v=59o0qdje3qQ	VEDA #10: TAG dos Livros Clássicos Tatiana Feltrin [Jean (que mora em Edinburgh, mesmo :) : https://www.youtube.com/watch?v=_HtQj...]	10 de abr de 2016	26.549	173

https://www.youtube.com/watch?v=KnS98FHdLfg	VEDA #9: Perguntas & Respostas (edição VEDA #1) Tatiana Feltrin	9 de abr de 2016	18.472	300
https://www.youtube.com/watch?v=Qzg61U0dbnI	VEDA #8: Lendo Guerra e Paz #15: Parte 2 do quarto tomo Tatiana Feltrin	8 de abr de 2016	4.855	42
https://www.youtube.com/watch?v=Brdp_IOTXbM	VEDA #7: 3 Livros infantis Tatiana Feltrin	7 de abr de 2016	8.426	81
https://www.youtube.com/watch?v=QAXHLlmG0t0	VEDA #6: Você Escolhe #33 + O que eu estou lendo Tatiana Feltrin	6 de abr de 2016	13.740	1.515
https://www.youtube.com/watch?v=f8jNNyuk2Xs	VEDA #3: Caixa Postal 2015 #2 - Março Tatiana Feltrin	3 de abr de 2016	15.505	173
https://www.youtube.com/watch?v=FMKPCQ0eH_Q	VEDA #2: Lendo Guerra e Paz #14: Parte 2 do quarto tomo Tatiana Feltrin	2 de abr de 2016	5.760	59
https://www.youtube.com/watch?v=78Y6g8jafmw	VEDA #1: Vai ter VEDA! \o/ Tatiana Feltrin	1 de abr de 2016	15.336	636
https://www.youtube.com/watch?v=ZZchaDd0SOs	RESUMÃO de Março 2016 Tatiana Feltrin [meta de 100 páginas por dia] [caixa postal 2015 / finado book haul] [recomenda a Jota Plutz e sobre a biblioteca básica]	30 de mar de 2016	14.720	110
https://www.youtube.com/watch?v=xTjqK9b2nVo	Quadrinhos + Mangás + Animes Março Tatiana Feltrin [recomenda o canal da Bella Ninne que a presenteou com um mangá] [chupin / chupinhar]	27 de mar de 2016	18.204	250
https://www.youtube.com/watch?v=OtafRFyiGhM	Lendo Guerra e Paz #13: Fim do terceiro tomo Tatiana Feltrin	25 de mar de 2016	4.004	39
https://www.youtube.com/watch?v=JoiMSGceC0A	Tirante, o Branco (Tirant lo Blanc Joanot Martorell) Tatiana Feltrin [aqui eu falo sobre minhas impressões de leitura]	23 de mar de 2016	11.481	80

https://www.youtube.com/watch?v=yqdpSDRDxqw	Livros exclusivos da Amazon Br \o/ [publieditorial] [livro físico para estudante é melhor / esse vc vai ter q se contentar com o ebook]	20 de mar de 2016	11.751	71
https://www.youtube.com/watch?v=Sivd22ntH5o	Você Escolheu #32: As Meninas (Lygia Fagundes Telles) Tatiana Feltrin	20 de mar de 2016	15.386	197
https://www.youtube.com/watch?v=Vk2TiBKSYpc	Lendo Guerra e Paz #12: Parte 2 do terceiro tomo Tatiana Feltrin	18 de mar de 2016	3.754	65
https://www.youtube.com/watch?v=q1Ot85ziAag	PROMOÇÃO: Semana do Consumidor na Amazon Br! \o/ [publieditorial]	15 de mar de 2016	11.668	70
https://www.youtube.com/watch?v=eq6oXlrzu6M	TAG: Chico Buarque e Livros Tatiana Feltrin [críticas nos comentários pela Tati nao gostar de Chico]	13 de mar de 2016	20.944	360
https://www.youtube.com/watch?v=l2GAcAiFIQ	Lendo Guerra e Paz #11: Parte 1 do Terceiro tomo Tatiana Feltrin	11 de mar de 2016	3.811	39
https://www.youtube.com/watch?v=rFPucxmwegs	A mão esquerda da escuridão (Ursula K. Le Guin) Tatiana Feltrin [estou prevendo que este vídeo vai me dar um pouco de trabalho pq este livro tem uma FANBASE] Livro premiado [espera antes de me xingar e de me dizer que eu não entendi] [eu tenho mania de ler tudo do livro, orelha, capa, contracapa] [vamos aos problemas da edição / erros de digitação] [livro mal revisado / prefira no original]	9 de mar de 2016	12.771	110
https://www.youtube.com/watch?v=Op6HIx1BuXA	Você Escolhe #32 + O que eu estou lendo Tati Feltrin [minha mãe me emprestou o livro preferido da minha avó] [você escolhe só com autoras] [indicação da Ju > que está no snapchat] [comprei por conta de um hipezinho] [fica sempre o convite, leia junto comigo]	6 de mar de 2016	15.101	1.744
https://www.youtube.com/watch?v=QfD	Mulheres Viciadas em Enriquecer (Regiane Barros Assumpção Neves) Tatiana Feltrin [o vídeo de hoje é um publieditorial]	5 de mar de 2016	9.247	39

-c1VAfpM				
https://www.youtube.com/watch?v=vm4qjsuBLvM	Lendo Guerra e Paz #10: Fim do segundo tomo Tati Feltrin [minha gente, que que foi q aconteceu neste livro?] [tá vendo, quem lê bastante ainda tem uma vida social, está ae o Pierre para provar]	4 de mar de 2016	4.477	45
https://www.youtube.com/watch?v=bTO8B-QJ8fM	Caixa Postal 2015 #1 - Jan/Fev Tati Feltrin [despedida do book haul] [Vivi da A Vi Viu]	2 de mar de 2016	14.663	181
https://www.youtube.com/watch?v=IL7KLLK1xMA	PROMOÇÃO Kindle ou Kindle Paperwhite + Capa NuPro DE GRAÇA! SÓ HOJE! [publiteditorial]	28 de fev de 2016	11.173	71
https://www.youtube.com/watch?v=RIV0S-Oodv0	RESUMÃO de fevereiro Tatiana Feltrin	28 de fev de 2016	16.857	228
https://www.youtube.com/watch?v=3bI pVxcnQE4	Arquivo X : A décima temporada Tatiana Feltrin [maior fã da face da terra] [gravava episódios]	26 de fev de 2016	14.043	174
https://www.youtube.com/watch?v=6XNZdBW3PQA	Lendo Guerra e Paz #9: Parte 4 do segundo tomo Tatiana Feltrin	26 de fev de 2016	3.917	45
https://www.youtube.com/watch?v=BcJQVRxBgj0	Quadrinhos, Mangás & Anime + Onde eu compro minhas HQs e Mangás Tatiana Feltrin [deixa os mangás acumularem]	24 de fev de 2016	18.206	258
https://www.youtube.com/watch?v=s0ERA01legg	Ilíada (Homero) Tatiana Feltrin [isso não é uma vídeo aula. Recomendação de um vídeo com um especialista]	21 de fev de 2016	21.169	217
https://www.youtube.com/watch?v=jPBKfJTG8A4	O Espelho d'água (Sarah Valle) + Angélica Vols 5 e 6 Tatiana Feltrin [publiteditorial Sarah Valle] [A mãe pediu pra Tati ler Angélica]	20 de fev de 2016	9.181	100
https://www.youtube.com/watch?v=vOChrV3vy18	Lendo Guerra e Paz #8: Parte 3 do tomo 2 Tatiana Feltrin [que fofura essa parte]	19 de fev de 2016	4.333	79
https://www.youtube.com/watch?v=...	Você Escolheu #31: O Mundo assombrado pelos	17 de fev	31.966	509

youtube.com/watch?v=NFCPnlSON3o	Demônios (Carl Sagan) Tatiana Feltrin [vontade de dar um abraço nele e agradecer] [várias marcações, esse é o meu volume e eu posso rabiscar a vontade rá]	de 2016		
https://www.youtube.com/watch?v=Ff4ms6uMQCw	Maratona Skindô Skindô Tatiana Feltrin	14 de fev de 2016	21.030	220
https://www.youtube.com/watch?v=3WWvyML9o5s	On Writing - Sobre a escrita (Charles Bukowski) Tatiana Feltrin	10 de fev de 2016	15.791	123
https://www.youtube.com/watch?v=8qJljk4-GuI	TOP 10: Melhores Quadrinhos & Mangás lidos em 2015 Tatiana Feltrin [adoro qdo vcs me deixam dicas]	7 de fev de 2016	17.754	243
https://www.youtube.com/watch?v=KS4wJbT6wq0	Nostalgia (Nana Lees) Tatiana Feltrin [publieditorial]	6 de fev de 2016	10.438	100
https://www.youtube.com/watch?v=Jr68gBXO1zA	Lendo Guerra e Paz #7 (parte 2 do segundo tomo) Tatiana Feltrin	5 de fev de 2016	4.934	54
https://www.youtube.com/watch?v=yVtWTKFDUSM	Maratona Skindô-Skindô - Ano II - Como? Quando? Por quê? Onde? Tatiana Feltrin	4 de fev de 2016	18.494	160
https://www.youtube.com/watch?v=62C5t_tpoe8	Você Escolhe #31 + O que eu estou lendo Tatiana feltrin	3 de fev de 2016	13.005	2.177
https://www.youtube.com/watch?v=1DCVrWyBZtI	Caderno de organização de leituras + #vidacolorida Tatiana Feltrin [sobre marcações] [publieditorial]	1 de fev de 2016	26.246	172
https://www.youtube.com/watch?v=bEzzeEfcz6w	Leituras de Janeiro! \o/ Tatiana Feltrin [link lá em baixo] [preciso conversar com a minha mãe sobre este livro] [leitura de ebook]	31 de jan de 2016	15.325	89
https://www.youtube.com/watch?v=LNeOeWfosf4	O Círculo + Delirium + Em busca da fama Tatiana Feltrin [publieditorial] [livro emprestado pela Ju Gervason] [livro ruim, mal escrito, mal	30 de jan de 2016	10.847	106

	enjambrado] [Camila, do canal livros abertos] [hype] [snape] [número de visualizações de vídeo de um livro só] [livro viajante, a Tati vai enviar pra Patrícia Pirola]			
https://www.youtube.com/watch?v=eVZZOoO9Wm8	Lendo Guerra e Paz #6 (do início do tomo 2 até cap 5 - parte 2) Tatiana Feltrin	29 de jan de 2016	4.671	63
https://www.youtube.com/watch?v=4apYmZ-J6Tc	Promoção de Aniversário: 3 anos da Amazon BR! \o/ Tatiana Feltrin [publiteditorial] [mundo maravilhoso dos e-readers] [comecei minha coleção pelo original] [hype]	28 de jan de 2016	13.827	131
https://www.youtube.com/watch?v=8B1OHBiHkb4	Quadrinhos & Mangás - O retorno Tatiana Feltrin [se vc não gosta eu não ligo] [Bela Ninne] [plot] [filme] [chorei litros] [o autor perdeu a mão] [isso é lindo demais] [mais uma HQ linda de morrer] [isso aqui é absurdamente lindo] [eu adorei isso daqui, vcs não estão entendendo]	27 de jan de 2016	19.564	332
https://www.youtube.com/watch?v=WSwePLg5NEM	Atualizando: desafio Rory Gilmore + 100 livros essenciais da Literatura Brasileira Tatiana Feltrin [seriado > lista de livros que aparece no seriado]	24 de jan de 2016	20.940	181
https://www.youtube.com/watch?v=MwgM2kcun4w	Onze Semanas (Ernani Lemos) Tatiana Feltrin [publiteditorial]	23 de jan de 2016	10.316	63
https://www.youtube.com/watch?v=IdoLLhkEpac	Lendo Guerra e Paz #5 (até o fim do tomo 1 - p.610) Tatiana Feltrin [série da BBC]	22 de jan de 2016	5.945	102
https://www.youtube.com/watch?v=6A_JLwi8yFQ	Você Escolheu #30: Dois Irmãos (Milton Hatoum & Fábio Moon + Gabriel Bá) Tatiana Feltrin [livro simplesmente incrível] [se vc tem kindle, baixe os primeiros capítulos para ver se gosta, ou passe em uma livraria]	20 de jan de 2016	13.079	105
https://www.youtube.com/watch?v=uSxioMBw96A	Livros lidos em 2015! \o/ Tatiana Feltrin	17 de jan de 2016	29.306	189
https://www.youtube.com/watch?v=dPybLoZJpLA	Kindle Unlimited: + de 350 e-books novos disponíveis! \o/ Tatiana Feltrin [publiteditorial] [para a nossa alegria] [mundo maravilhoso dos e-books]	16 de jan de 2016	11.966	84
https://www.youtube.com/watch?v=IdoLLhkEpac	Lendo Guerra e Paz #4 (Até cap 2, parte 3, tomo 1	15 de jan de	7.766	143

youtube.com/watch?v=A2lh5_yawdU	- p. 452) Tatiana Feltrin	2016		
https://www.youtube.com/watch?v=Gj0Ueof-l-Y	Schulz & Peanuts: A biografia do criador do Snoopy (David Michaelis) Tatiana Feltrin [filme] [uma grande sacada do autor] [abraçei o livro e chorei pra caramba]	13 de jan de 2016	17.458	150
https://www.youtube.com/watch?v=OLER3nd0mzs	TOP 10: Melhores leituras de 2015 \o/ Tatiana Feltrin [livro cebola] [leitura do e-book com audiobook] [gente, que livro incrível] [livro] [que livro, que livro] [reação física] [desafio das leituras de vestibular foi acidental] [o jornalista distorce as respostas da Tati] [eu recomendo que vc leia, simples assim] [se vc me perguntar amanhã sobre essa lista ela pode ter mudado] [Ventania: é um livro daqueles que te aquece o coração]	10 de jan de 2016	44.477	232
https://www.youtube.com/watch?v=V3nUQoi0c1M	Lendo Guerra e Paz #3: leitura até o capítulo 7 da segunda parte (p.305) Tatiana Feltrin [gravando 6 da manhã] [seriado]	8 de jan de 2016	11.553	112
https://www.youtube.com/watch?v=UBU29KzQ_U M	Atualização: Caderno de organização de leituras + Livros em andamento Tatiana Feltrin [não deixa nenhum livro pra trás]	6 de jan de 2016	24.376	201
https://www.youtube.com/watch?v=uwHnTiJYzU4	Você Escolhe #30 + O que eu estou lendo Tatiana Feltrin [um calhamaço por mês] [caso você seja novo no canal, prazer, eu sou a Tatiana] [seriado Californication] [vamos ler juntos, façam vídeos resposta]	3 de jan de 2016	23.232	2.472
https://www.youtube.com/watch?v=42LRqzaZdsI	Lendo Guerra e Paz #2 (até p.157, cap. XVII) + Pilha de Tolstói :) Tatiana Feltrin [esse livro eu recebi de parceria na época áurea das parcerias com editoras]	1 de jan de 2016	18.732	209
https://www.youtube.com/watch?v=LyTlAfGa5hk	Concluindo: Dezembro + Livros novos \o/ (Book Haul) Tatiana Feltrin [se mudou do Rio para São José dos Campos] [presentes]	31 de dez de 2015	27.109	277
https://www.youtube.com/watch?v=6fVV sCi-ey0	12 livros para 2016 (+ fracassinho do desafio de 2015) Tatiana Feltrin [tag] [releitura] [comentários desagradáveis] o tradutor de A Talentosa Highsmith, Ricardo Lisias xingou a Tati no Twitter] https://www.youtube.com/watch?v=hft8vV56UvI https://www.youtube.com/watch?v=cGJuqpB-pZg	27 de dez de 2015	88.941	600

https://www.youtube.com/watch?v=e3mumeHeuu8	Dicas de presentes (atrasados...) Tatiana Feltrin [publieditorial / saiu lá fora / outro livro lindo, a edição em si está linda demais / mundo maravilhoso dos e-books]	26 de dez de 2015	18.592	83
https://www.youtube.com/watch?v=obljxQclMVw	Charles Dickens: Um conto de Natal + Batman Noel + Fantasmas de Natal Tatiana Feltrin [Um conto de natal, história preferida da Tati / ligação com o tio patinhas > crítica social / spoiler]	25 de dez de 2015	13.033	108
https://www.youtube.com/watch?v=Ugj5nrEjVP8	Lendo Guerra e Paz #1: Introdução + Maratona Minduim Tatiana Feltrin [Mudança da Tati do Rio para SP. Durante o empacotamento da mudança, ela percebeu que tem vários livros do Tolstói ainda não lidos. / Começou a ler Guerra e paz com um livro da biblioteca mas nao deu continuidade pq a biblioteca não tinha o segundo tomo. / Livro e filme de Guerra e Paz com a Audrey Hepburn / Unboxing do livro / A Tati não consegue parar a leitura no meio de um capítulo / Maratona: Charlei Brow leu Guerra e Paz no feriado de ano novo]	23 de dez de 2015	29.981	382
https://www.youtube.com/watch?v=7IFTPJ1GDfw	5 livros lidos em 2015 (Kindle Unlimited) publieditorial / 5 melhores livros de 2015	22 de dez de 2015	19.026	110
https://www.youtube.com/watch?v=FqOx3mAAEag	Você Escolheu #29: Living History Vivendo a História (Hillary Clinton) [autobiografia / a escrita é uma delícia / livro de formação]	21 de dez de 2015	12.575	127
https://www.youtube.com/watch?v=EU KY5hhZW1c	Série Wicked (Maligna - The Wicked Years), de Gregory Maguire [“OBS: - Este vídeo contém spoilers para quem ainda não leu ou não assistiu o filme O Mágico de Oz! \o/ - As informações sobre a série expostas ao longo do vídeo não estragarão a leitura de quem resolver se aventurar pela série ;)” não são livros jovens adulto, mas é fantasia / escrita deliciosa / spin-off]	16 de dez de 2015	19.419	165
https://www.youtube.com/watch?v=zdXPP_B3WN4	Trilogia Divergente + O problema com as distopias adolescentes [vídeo mais pedido no canal / leu livros emprestados) viu problemas com essa trilogia / plot	13 de dez de 2015	82.662	1.281

	twist > cliff hanger / encheção de linguiça / história batida e rebatida]			
https://www.youtube.com/watch?v=p3fvGBa7cJ8	O Tempo e O Vento: Encerramento + Término de O Arquipélago vol. 3 [Tati abraça o livro / leu um trecho do livro]	12 de dez de 2015	8.640	75
https://www.youtube.com/watch?v=QYEzy89ADeo	Livros novos \o/ - Book Haul (+ compras da Black Friday) [fechamento da Cosac Naif / presentes / eu dei pulinhos quando vi esse livro (presente de seguidor)]	9 de dez de 2015	27.925	260
https://www.youtube.com/watch?v=_6Q-1ttvSTQ	Você Escolhe #29: + O que eu estou lendo [leituras em andamento / eu devoro esses livros]	6 de dez de 2015	15.222	1.791
https://www.youtube.com/watch?v=7Nxxug15cZ28	Lendo O Tempo e O Vento #18: O Arquipélago vol 3 (até p 402) [leu um trecho do livro]	4 de dez de 2015	4.206	30
https://www.youtube.com/watch?v=ZpwaW6PZL8E	Concluindo: Leituras de Novembro [mês do aniversário da Tati / Projeto All About Gaiman, da Mayra]	2 de dez de 2015	17.463	148
https://www.youtube.com/watch?v=ydYSUFN_-Tc	Quadrinhos de novembro 2015 + Giveaway! \o/ [eu não gostei nenhum pouco desse mangá, e o pior é que tem gente q gosta muito / melhor ver o filme do Pelé / essa capa linda / isso é simplesmente espetacular / Giveaway (doação/sorteio)]	29 de nov de 2015	16.790	134
https://www.youtube.com/watch?v=X-Fu9XqA1pg	Seu Moço (Patrícia Pirota) [livro escrito pela melhor amiga da Tati / livro grafado]	28 de nov de 2015	11.042	73
https://www.youtube.com/watch?v=aBSizb8TWBI	Lendo O Tempo e O Vento #17: O Arquipélago vol 3 (até pág 253) [não consegue parar a leitura no meio do capítulo / leu um trecho do livro / vontade de ler a biografia de Getúlio / “na pg 198, fulano diz isso”]	27 de nov de 2015	3.976	41
https://www.youtube.com/watch?v=1c1jjdSV6EY	Black Friday da Amazon.com.br: Kindle mais barato que nos EUA [#publi / publieditorial / livro físico, livro digital]	26 de nov de 2015	18.035	147
https://www.youtube.com/	Você Escolheu #28: A Desumanização (Valter Hugo Mãe)	25 de nov de 2015	15.146	75

watch?v=G99_I4HDpEI	["livro incrível, lindo" / presente de seguidor que mandou um cartão com uma frase do livro/ plot principal / banda Sigur Ros / é um livro daquele que dói / Saramago gostava do autor / caso você tenha lido O vermelho amargo, com certeza vc vai gostar de A desumanização]			
https://www.youtube.com/watch?v=K3W9zhOyvCM	Deuses Americanos (Neil Gaiman) - #AllAboutGaiman [Hoje vamos falar sobre o chatíssimo / deixa eu conta o plot / livro de road trip / toda vez que eu digo que nao gosto de um livro alguém diz que eu nao entendi o livro / fica a dica se vc é um fa]	23 de nov de 2015	20.029	182
https://www.youtube.com/watch?v=JdbS1oh74ak	#2 Maratona Literária 24 horas TLT Tatiana Feltrin [pretendo sobreviver à base de café / o marido está fazendo maratona de Jéssica jones / cita o canal de uma booktuber escocesa C. A. Dubois / quiz indicado pela escocesa]	22 de nov de 2015	29.073	216
https://www.youtube.com/watch?v=OJEuQ3psT4c	Lendo O Tempo e O Vento #16 Término de O Arquipélago Vol 2 + O [Arquipélago Vol 3 (até pág 103) / lê um trecho do livro]	20 de nov de 2015	3.940	23
https://www.youtube.com/watch?v=eCWfLecf2pY	Apresentação: #2 Maratona Literária 24h TLT [Maratona do canal Little Book Owl: https://www.youtube.com/watch?v=w3RFu... Maratona do canal Rincey Reads: https://www.youtube.com/watch?v=K95to... eu amo histórias de cavalaria, amo histórias do Rei Arthur publi do kindle unlimete sem avisar que é publi]	20 de nov de 2015	15.293	162
https://www.youtube.com/watch?v=7u1mcWNCRu4	Festim dos Corvos (George R. R. Martin), Livro #4 As Crônicas de Gelo e Fogo [o que é spoiler? / plot twist]	18 de nov de 2015	26.365	348
https://www.youtube.com/watch?v=aqfXWAPTA60	Tag do Mês: Booktubers TAG	15 de nov de 2015	21.509	100
https://www.youtube.com/watch?v=NaNcXPa5cjs	TBR #6: O sorteio da latinha de Livros Por Ler (LPL) [livros dentro de desafios / guerra e paz foi sorteado]	14 de nov de 2015	13.038	170

https://www.youtube.com/watch?v=OjXsN3aJlks	Lendo O Tempo e O Vento #15: O Arquipélago Vol 2 (até p.301)	13 de nov de 2015	3.125	25
https://www.youtube.com/watch?v=X9aM6M7UvWo	Livros novos! \o/ - Book Haul de Outubro [presentes de seguidores / eu peguei todas as fases do youtube / eu reconheço vc mto fácil / um seguidor mandou um livro que a Tati leu quando era mais nova e a mãe jogou fora / blurbs / caixa repleta de presentes com o tema do mês do horror]	11 de nov de 2015	22.305	171
https://www.youtube.com/watch?v=Muvl8ubXLmE	Você Escolhe #28 + O que eu estou lendo [Aniversário da Tati: 24 de novembro / vamos de novo tentar ler Deuses Americanos / vou ler Angélica pra fazer minha mãe feliz / como funciona o Vc escolhe]	8 de nov de 2015	15.462	1.680
https://www.youtube.com/watch?v=4hGkzJeF0QA	Lendo O Tempo e O Vento #14: O Arquipélago Vol 2 (até p.150)	6 de nov de 2015	3.418	24
https://www.youtube.com/watch?v=TZQcjcCGzGE	3 Livros: Hibisco Roxo + Memórias proibidas + Angélica [Hibisco roxo > que livro incrível / um dos livros da minha vida publieditorial > não sou o público alvo deste livro]	6 de nov de 2015	14.706	111
https://www.youtube.com/watch?v=FS23ppyRJew	Concluindo: Leituras de Outubro [um monte de gente reclamou de spoiler nos contos / Plágio de um autor brasileiro que se inspirou exageradamente em O colecionador o sorriso da Hiena > minha nossa senhora que livro bom / seguidor mandou email com links para a Tati comprar livros que estavam difíceis de achar / O dermatologista > não gostei nenhum pouco / vc pode usar o livro como enfeite de estante]	4 de nov de 2015	15.714	143
https://www.youtube.com/watch?v=pPu9szehUtc	Lendo O Tempo e O Vento #13: Término de O Arquipélago Vol 1	30 de out de 2015	4.132	22
https://www.youtube.com/watch?v=wEfffVq5JzXA	2 Livros: O Sorriso da Hiena + A Condessa Sangrenta [precisa de estômago pra ler esse livro / livro perturbador O sorriso da hiena > publieditorial > li em 1 dia, eu não conseguia largar o livro > plot twist]	30 de out de 2015	14.372	145
https://www.youtube.com/watch?v=PiJFTyKfXB0	Kindle Voyage X Kindle Paperwhite [#publieditorial]	29 de out de 2015	34.342	187

https://www.youtube.com/watch?v=5K6-A5CHxP8	CONTO A História do Demoníaco Pacheco (Jean Potocki) começou o vídeo lendo um pedaço do conto	28 de out de 2015	10.691	51
https://www.youtube.com/watch?v=Euvdw_F8frY	Zumbis: Um livro, Uma HQ e Um filme	27 de out de 2015	12.892	104
https://www.youtube.com/watch?v=_K9p7pSdKYI	Monster (Naoki Urasawa) - melhor mangá do mundo	26 de out de 2015	20.151	224
https://www.youtube.com/watch?v=8Bx45n5eQ6Q	Misery - Louca Obsessão (Stephen King) livro e filme	25 de out de 2015	20.728	132
https://www.youtube.com/watch?v=s7Git7pH0Rg	Lendo O Tempo e O Vento #12: O Arquipélago Vol 1 (até p 152)	23 de out de 2015	4.129	16
https://www.youtube.com/watch?v=1xJGN3M1_CM	2 livros: O misterioso caso de Styles + Odalisca [eu nao tenho vergonha de dizer isso, mas eu nunca tinha lido Agatha Christie]	23 de out de 2015	12.528	150
https://www.youtube.com/watch?v=U5Mz3rM09xsh https://www.youtube.com/watch?v=U5Mz3rM09xs	[Conto] A Cor que caiu do espaço (H. P. Lovecraft) [Tati lê um trecho do conto / o plot da história é simples]	21 de out de 2015	15.085	86
https://www.youtube.com/watch?v=m7rMhSEcqDE	Kindle Unlimited: Novidades (Bernard Cornwell, Umberto Eco e mais) [publeditorial / mostra a tela da Amazon]	20 de out de 2015	11.369	89
https://www.youtube.com/watch?v=ZhpImTD4yww	Pilha de Livros para o Mês do Horror - Parte 2 (SP)	19 de out de 2015	11.567	98
https://www.youtube.com/watch?v=5BKCNZE23wA	O Colecionador (John Fowles): Livro + Filme [incrível]	18 de out de 2015	18.205	183

https://www.youtube.com/watch?v=T8zZEF1Pnz8	Livros infantis - Semana do Horror(zinho)	12 de out de 2015	11.869	79
https://www.youtube.com/watch?v=XspmwIAeGyk	O Rei de Amarelo (Robert W. Chambers) [o livro estava esquecido mas foi mencionado em um seriado, a procura fez editoras relançarem a obra]	11 de out de 2015	24.412	196
https://www.youtube.com/watch?v=k0FH4V2CaVU	Lendo O Tempo e O Vento #10: O Retrato Vol 2 (até p 200)	9 de out de 2015	3.952	23
https://www.youtube.com/watch?v=E47TVaIaBW8	O Caso XXI (Mel Cavichini) [publieditorial]	9 de out de 2015	9.370	41
https://www.youtube.com/watch?v=h4Iatzj6uzk	[CONTO] A queda da casa de Usher (Edgar Allan Poe) [Tati começou o vídeo lendo um trecho do conto]	7 de out de 2015	20.778	139
https://www.youtube.com/watch?v=KP5C3M4jdP0	O Bebê de Rosemary (Ira Levin) - Mês do Horror - Ano 3	4 de out de 2015	24.935	307
https://www.youtube.com/watch?v=yxIhYuFKzOs	Mini Vlog #16: Update (rapidão) da Pilha de Leituras para o Mês do Horror - Ano 3	3 de out de 2015	10.707	95
https://www.youtube.com/watch?v=YVrL8SMgTig	Lendo O Tempo e O Vento #9: Término de O Retrato Vol 1 + O Retrato vol 2 até p 50 HD 720p [sim, eu leio tudo]	2 de out de 2015	4.295	36
https://www.youtube.com/watch?v=3VgKXe5dvM0	Livros novos! \o/ - Book Haul de Setembro [presentes da bienal / muito obrigada por tudo vcs são incríveis / vc já encontrou o escudo contra o vacilão?]	2 de out de 2015	18.825	98
https://www.youtube.com/watch?v=KAh58h_GzQs	Pilha de livros para o Mês do Horror - Ano 3	1 de out de 2015	19.679	322
https://www.youtube.com/watch?v=WFAY_fgvxZQ	Concluindo: Leituras de Setembro + Bienal do Rio + etc [você vai encontrar pessoas que amam livros como vc / giveaway]	30 de set de 2015	12.361	84

https://www.youtube.com/watch?v=tUyE7H-dhlo	3 Livros: Bonsai + As Quatro Chaves do Seu Coração + 10 things we did... [Bonsai > esperei passar o hype > os protagonistas são leitores / As Quatro Chaves do Seu Coração > publiteditorial / 10 things we did. > nao sobreviveu a releitura > eu nao achei graça nenhuma > giveaway]	29 de set de 2015	10.130	78
https://www.youtube.com/watch?v=UKKgWcivtI0	Quadrinhos de Setembro 2015 + sorteio! \o/ [vc precisa ler e ponto final]	28 de set de 2015	15.106	250
https://www.youtube.com/watch?v=N0PWfZUMTuc	Falta pouco... Mês do Horror - Ano 3	27 de set de 2015	5.327	94
https://www.youtube.com/watch?v=Jq3uGroZ4HA	Você Escolheu #27: Go set a watchman - Vá, coloque um vigia (Harper Lee) [olha como esse livro é lindo > Roberta (seguidora) deu o livro de presente para a Tati / Memória das minhas putas tristes > Gabriel Garcia Marquez / livros escritos no final da vida dos autores]	27 de set de 2015	15.673	68
https://www.youtube.com/watch?v=7_emXXsmfLY	Book Talk #6: Expectativa X Realidade (feat. Mayra, Geli e Victor) vídeo confessional	26 de set de 2015	23.381	150
https://www.youtube.com/watch?v=DDPzut012D8	Lendo O Tempo e O Vento #8: O Retrato Vol 1 (até p .222)	25 de set de 2015	4.156	26
https://www.youtube.com/watch?v=-WXwbR502uo	Quissama - O Império dos Capoeiras (Maicon Tenfen) publiteditorial	24 de set de 2015	7.221	55
https://www.youtube.com/watch?v=xcJpnZFgyZY	3 Livros: Perdido em Marte + Dedo + Ovelha - Memórias de um pastor gay [2 leituras no kindle / dedo > publiteditorial]	23 de set de 2015	20.121	160
https://www.youtube.com/watch?v=ohJeL3Hbh2M	Laranja Mecânica (Anthony Burgess) livro e filme	20 de set de 2015	44.584	261
https://www.youtube.com/watch?v=pR5	Lendo O Tempo e O Vento #7: Término de O Continente Vol2 + O Retrato Vol 1 até p.70	18 de set de 2015	4.973	30

R7Bdu6vU				
https://www.youtube.com/watch?v=oEe1t5P9XB4	TAG: Como nos tornamos leitores? [vídeo confessional]	16 de set de 2015	34.258	473
https://www.youtube.com/watch?v=yRC6dCwMTac	Lendo O Tempo e O Vento #6: O Continente Vol2 (até a p. 356)	14 de set de 2015	4.951	52
https://www.youtube.com/watch?v=Xi7KvxKu90o	Você Escolhe #27 + O que eu estou lendo \o/ [se eu não lesse o rei de amarelo vcs iriam me matar]	13 de set de 2015	15.338	2.021
https://www.youtube.com/watch?v=5y9I-UqU11s	Já está quase na hora... [Mês do Horror - Ano III]	10 de set de 2015	10.535	168
https://www.youtube.com/watch?v=dR7wk1Rb5qc	3 Livros: A Garota no Trem + O Deserto dos Meus Olhos + Sangue no Olho [A Garota no Trem > esse livro não funcionou pra mim > detestei esse blurb / Deserto dos Meus Olhos > publieditorial > que surpresa boa esse livro > romance histórico > é muito difícil largar esse livro / Sangue no Olho > livro que traz sensações físicas > 200 páginas que voam > eu só deixo na minha coleção livros q eu gosto e que eu sei que vou querer reler]	9 de set de 2015	23.244	226
https://www.youtube.com/watch?v=tJebTJJvAjk	Livros novos \o/ - Book Haul de Agosto 2015 [presentes > e como post-it / marcadores / Paulo achou e mandou para a Tati um gibi que ela comentou em um vídeo. Seu pai lia esse gibi qdo ela era pequena mas o gibi se “desintegrou” / Novo livro da Harper Lee enviado de presente pela Roberta > esse livro é a coisa mais linda do mundo enquanto objeto / Bruno fez um desenho da Tati para o mês do horror / as editoras (Record, Galera Record, Editora Planeta, Geração, Panini. JBC, Intrínseca, Aleph, Veneta) continuam enviando livros para a Tati mesmo sem parcerias. / Pludieditorial > Pílulas azuis > Editora Autêntica / A Panini enviou uma lancheira da turma da Mônica com comidinhas dentro (press kit do livro Lições, com autógrafa) / Livro escrito pelo autor do Literatortura / Tati comprou dois livros “porque sim” / “aii, agora acabou [...] agora com licença que eu vou assistir os book hauls dos meus colegas”.]	7 de set de 2015	27.449	291

https://www.youtube.com/watch?v=BalnS3B96E4	[UNICAMP] Lisbela e o Prisioneiro (Osman Lins) [peça]	6 de set de 2015	20.347	111
https://www.youtube.com/watch?v=aaI9Ut0IHM	Lendo O Tempo e O Vento #5: O Continente Vol 2 (até p. 200) [Teiniaguá > lenda gaúcha]	4 de set de 2015	5.910	86
https://www.youtube.com/watch?v=p5Edj95yOww	Concluindo: Leituras de Agosto + etc... [Laços de família, Clarice Lispector / Soneto de Camões / Sagarana, Guimarães Rosa (deu uma ressaca literária na Tati) / Negrinha, Monteiro Lobato (problemas de comentários no vídeo sobre racismo) As virgens suicidas > achei espetacular / O Continente I, Érico Veríssimo / O deserto dos meus olhos / Relação de vídeos postados durante agosto / giveaway]	2 de set de 2015	15.807	59
https://www.youtube.com/watch?v=HmsV9quGK2g	Você Escolheu #26: As Virgens Suicidas (Jeffrey Eugenides) [eu achei simplesmente incrível / o livro é infinitamente melhor do que o filme / livro cebola > muitas camadas / livro super bem amarrado]	31 de ago de 2015	17.637	124
https://www.youtube.com/watch?v=abnEMap-DMA	[UNICAMP] Negrinha (Monteiro Lobato) [polêmica sobre racismo nos comentários do vídeo / Tati lê a parte em que Negrinha morre / esse conto é mto triste]	30 de ago de 2015	24.131	101
https://www.youtube.com/watch?v=D8Pua7ZDsaU	Lendo O Tempo e O Vento #4: Término no volume 1 de O Continente	28 de ago de 2015	6.298	69
https://www.youtube.com/watch?v=rMem7AEI_3Q	Quadrinhos de Agosto + Giveaway! \o/	26 de ago de 2015	15.907	148
https://www.youtube.com/watch?v=h1FW3k7yY9A	[UNICAMP] Sonetos de Camões [só elogios para essa edição > não estou ganhando nenhum centavo pra isso]	23 de ago de 2015	19.504	51
https://www.youtube.com/watch?v=vnqO9nx4STI	Lendo O Tempo e O Vento #3 [Tati não para no meio do capítulo / “Gente, que livro delicioso”]	21 de ago de 2015	7.884	71
https://www.youtube.com/	Você Escolhe #26 + O que eu estou lendo	19 de ago de 2015	14.471	1.592

watch?v=zj9iLCT_Ggc	[A garota no trem > gente, seguinte, não gostei, não recomendo Esses livros aqui são da minha mãe > romance / Bonsai > parece que passou o hype, não?]			
https://www.youtube.com/watch?v=Ztm0SWCjAHI	Mini Vlog #15: Tati, você vai à Bienal?	18 de ago de 2015	9.820	64
https://www.youtube.com/watch?v=zVeN3qfmtOk	[UNICAMP] Sagarana (Guimarães Rosa) Tatiana Feltrin [incrível Sagarana / Dica para entender o texto: ler em voz alta]	16 de ago de 2015	26.772	95
https://www.youtube.com/watch?v=5PZY3vN0NpE	Lendo O Tempo e O Vento #2 [os seguidores disseram que o projeto seria melhor com metas de leitura para que eles pudessem acompanhar]	14 de ago de 2015	14.226	124
https://www.youtube.com/watch?v=s7uRu1ZOR5k	Mini Vlog #14: A primeira ressaca literária a gente nunca esquece. [Ressaca após a leitura de Sagarana / caramba! e agora José? / Blurbs de A garota no trem / O que vcs fazem qdo tem ressaca literária? / Eu fiquei dois dias sem ler nada, que coisa]	13 de ago de 2015	13.395	141
https://www.youtube.com/watch?v=kadl8BFm350	Livros Novos \o/ - Book Haul de Julho 2015 [Seguidora mandou um marcador de livros feito de crochê / Seguidora mandou post-it > gente, eu como post-it / os videos nao aconteceriam se vcs nao estivessem aí assistindo. / Panini enviou livro de figurinhas do Homem-Aranha / Spin-off de Cinderela / A cada 10 livro que eu leio eu me dou 1 de presente]	12 de ago de 2015	16.965	100
https://www.youtube.com/watch?v=haKCI6gKIE0	Concluindo a Maratona Literária de Inverno (Leituras de Julho) [3.023 páginas lidas no mês de julho / promessa de VEDA para 2016 Contagem de páginas lidas / Noite infeliz > esse livro eu vou / esquecer da minha vida / A arte da ficção > livro polêmico / “como vc lê tanto? gente, eu leio desde pequena”]	9 de ago de 2015	18.868	82
https://www.youtube.com/watch?v=1MXnPoLRFPA	Lendo O Tempo e O Vento #1: Introdução	7 de ago de 2015	20.408	204
https://www.youtube.com/watch?v=1MXnPoLRFPA	Book Talk #5: A Arte da Ficção (Henry James)	6 de ago de 2015	14.139	87

youtube.com/watch?v=XB R8_OK_ja0	[A volta do parafuso > eu não consigo entender como tem tanta gente que gosto desse livro / polêmica nos comentários / texto sobre crítica literária / livros de entretenimento x livros de conhecimento]	2015		
https://www.youtube.com/watch?v=S3_gPIIR6NE	4 Livros: Very Good Lives (JK Rowling), Noite Infeliz e Angélica [JK Rowling fala sobre a importância do fracasso > livro incrível / Noite infeliz > de longe, o pior livro que eu li esse ano / Videl já tinha dito que esse livro é uma porcaria / Angélica > livro incrível, romance > a minha mãe me recomenda esses livros desde que eu aprendi a ler]	5 de ago de 2015	19.023	107
https://www.youtube.com/watch?v=MgMvFfsojM	TBR #5: o sorteio da Latinha de Livros Por Ler (LPL) Laranja mecânica foi sorteado	4 de ago de 2015	11.850	64
https://www.youtube.com/watch?v=OvcWrqNuGvo	A Montanha Mágica (Thomas Mann) [entrou fácil para a minha lista de livros favoritos da vida]	3 de ago de 2015	28.218	170
https://www.youtube.com/watch?v=kR80TL024Eo	[UNICAMP] Laços de Família - Amor (Clarice Lispector)	2 de ago de 2015	35.155	103
https://www.youtube.com/watch?v=zhW3tq9WhKk	Em busca do tempo perdido: Encerrando o projeto Lendo Proust #38 [falou sobre o encerramento das parcerias / obra cíclica / a gente vai refletir também sobre o nosso tempo perdido / ele é simplesmente incrível, você vai precisar ler esse livro]	1 de ago de 2015	16.422	129
https://www.youtube.com/watch?v=XPQgBXox3U8	Você Escolheu #25: O Diário de Anne Frank [esse livro é um choque de realidade / nos comentários, há uma discussão sobre a revelação da morte de Anne foi spoiler ou não]	29 de jul de 2015	39.286	228
https://www.youtube.com/watch?v=Bjo9XGuDGFw	[UNICAMP] Terra Sonâmbula (Mia Couto) [livro incrível > gente, que livro foi esse? / leitura densa / qdo vc chega ao final desse livro, vc percebe a genialidade do autor o final é uma das coisas mais espetaculares que vc vai ler na vida. Sério]	26 de jul de 2015	26.201	105

https://www.youtube.com/watch?v=6DJjdUsuzEw	Sobre o Bate Papo no SESC Campinas + Book Haul SP [Livro sobre cachorro > a editora mandou / os inscritos deram cartas, chaveiros, post-its e marcadores para a Tati / Júlio Cezar mandou uma frasqueira personalizada com adesivos do filme O labirinto do Fauno, um dos livros preferidos da Tati. A frasqueira estava cheia de presentes, entre eles, um chaveiro com o logo do canal da Tati. Deth Note > “haters, tremem!” / Júlio Cezar tbm mandou um presente para o marido da Tati / Leonardo fez um desenho da Tati / quando um inscrito presenteia a Tati com algum livro que ela já tem, ela fica com o presente e sorteia o livro antigo]	23 de jul de 2015	14.489	145
https://www.youtube.com/watch?v=KfM1DGMzebE	TAG: 1 autor & 3 obras (Neil Gaiman) [edição de luxo de Sandman / Orquídea negra > com o Batman / O oceano no fim do caminho]	22 de jul de 2015	23.572	202
https://www.youtube.com/watch?v=8qcgevWcXV8	Mini Vlog #13: Sobre o ritmo de leitura do vestibulando [meta pessoal de 100 páginas lidas por dia]	21 de jul de 2015	11.470	42
https://www.youtube.com/watch?v=n0YtiSu3U-c	[FUVEST UNICAMP #9] Viagens na Minha Terra (Almeida Garrett) [eu não gostei dele nenhum pouco]	19 de jul de 2015	20.142	79
https://www.youtube.com/watch?v=hCrPnNSn9cE	Bukowski: O Amor é um Cão dos Diabos... (feat. Jim Duran) [poesia lida]	16 de jul de 2015	9.955	52
https://www.youtube.com/watch?v=sfiTdb6CdrA	Você Escolhe + TBR Maratona de Inverno \o/ [Beto comenta (em off) que nada é enviado para ele]	15 de jul de 2015	18.808	1.529
https://www.youtube.com/watch?v=4NKSJJjTmKc	Um Convite! \o/ [evento no Sesc Campinas]	14 de jul de 2015	8.686	65
https://www.youtube.com/watch?v=tamY1uLK33Y	Mini vlog #12: [Filmes] Maratona Bond... James Bond (feat. Beto)	13 de jul de 2015	10.494	112
https://www.youtube.com/	[FUVEST UNICAMP #8] O Cortiço (Aluísio Azevedo)	12 de jul de 2015	53.394	153

watch?v=aCB Lw8feL50	li esse livro qdo era muito nova e nao entendi a proposta do autor o grande livro naturalista do Brasil grande crítica social e grande crítica ao capitalismo			
https://www.youtube.com/watch?v=jg6V1spWwQw	Lendo Proust #37: Como Proust pode mudar sua vida (Alain de Botton) [o título é enganoso / “ele pegou um resfriado e morreu”. Como assim? / eu nao entendi muito bem qual é do Alain de Botton. / Alain de Botton me decepcionou com esse livro / leu um fragmento do livro]	11 de jul de 2015	9.104	42
https://www.youtube.com/watch?v=VNge5Slme60	Mini Vlog #11: Você lê as epígrafes? [gravação na praia / elogia a diagramação do livro O Cortiço, da editora Ateliê]	10 de jul de 2015	11.264	64
https://www.youtube.com/watch?v=nRxM6W3yd2Y	Mini Vlog #10: Diários de maratona de inverno #1 [Quando chegava domingo a noite, Fernando Pessoa já não podia comprar papel, então ele escrevia na borda branca do jornal]	9 de jul de 2015	9.366	50
https://www.youtube.com/watch?v=D-a7cdwrUHY	Book Haul de Junho 2015 [começar mostrando os presentes lindos que eu ganhei em junho. / os inscritos mandam cartas, post-it / ganhou de presente um livro sobre Lost / Catarse / Eu posso estar falando groselha / os inscritos enviam o número de rastreio das encomendas que enviam para a Tati / ai gente, eu não gosto do Cortiço / os alunos da Tati emprestaram a trilogia Divergente / envios das editoras Aleph, Planeta, José Olímpio, Panini]	8 de jul de 2015	20.170	115
https://www.youtube.com/watch?v=kaMLJ9tCzV8	Mini Vlog #9: Pensando cá com meus botões... (Borges e a teoria do cone de Bergson)	7 de jul de 2015	14.218	144
https://www.youtube.com/watch?v=QfzqQsYazbg	[FUVEST UNICAMP#7] A Cidade e as Serras (Eça de Queirós) [mistura do realismo com o naturalismo Português / crítica a respeito da modernidade]	5 de jul de 2015	29.086	116
https://www.youtube.com/watch?v=SFhCfL3mVno	Lendo Proust #36: Término da leitura de O Tempo Redescoberto [maior vergonha alheia que você lerá em um livro / ele traz uma reflexão interessante sobre a arte / vc acha que é só na sua família que seus parentes falam mal de vc?]	4 de jul de 2015	5.821	42

https://www.youtube.com/watch?v=AJTp_rDSclg	Mini Vlog #8: Maratona de Inverno? Snapchat? Hein?	3 de jul de 2015	12.450	70
https://www.youtube.com/watch?v=3xKcniRbrhc	Mini Vlog #7: Uma perguntinha... [A perguntinha é a seguinte: Vocês querem vídeo de coleção de DVDs e Blu-Rays?] Vou te falar viu kobo, sua bateria nao dura nada. [Eu detesto ler no celular. Eu conheço gente que lê no celular]	2 de jul de 2015	10.405	441
https://www.youtube.com/watch?v=S_zlMDqA-E8	Concluindo: Leituras de Junho 2015 [Pra quem não conhece a Patrícia Pirota, o canal dela é incrível, vou deixar o link lá em baixo / 9 livros lidos no mês de junho]	1 de jul de 2015	19.163	97
https://www.youtube.com/watch?v=9OXPuHOAngI	Quadrinhos de Junho 2015 + SORTEIO!!! \o/ [eu venho constantemente sendo corrigida nos comentários [dizendo que mangá tbm é quadrinho], não vou colocar mais “vídeos de quadrinhos e mangás” / Tati leu 5 volumes de Once Peice / Indicação do Canal Pipoca & Nanquim: https://www.youtube.com/user/pipocaen...]	30 de jun de 2015	19.457	204
https://www.youtube.com/watch?v=efEm1PbdI18	Mini vlog #6: Acho que está ventando.. [impressão sobre o livro A cidade e as Serras]	29 de jun de 2015	9.423	69
https://www.youtube.com/watch?v=QV4G5vm2c-Q	[FUVEST UNICAMP #6] Sentimento do Mundo (Carlos Drummond de Andrade) + áudio Sentimento do Mundo [incrível, incrível, incrível / para tudo e vai ler esse negócio]	28 de jun de 2015	25.140	70
https://www.youtube.com/watch?v=1B93b3290u8	Você Escolheu #24: O Ateneu (Raul Pompeia) [um dos meus livros preferidos da literatura brasileira / eu tinha, sei lá, 14 anos quando li esse livro]	26 de jun de 2015	17.730	88
https://www.youtube.com/watch?v=-cq4LymvHcY	Mini Vlog #5: A vlogger mais sem graça do mundo [Tati está em uma livraria / Eu vim buscar o livro O cortiço]	25 de jun de 2015	15.192	226
https://www.youtube.com/	TAG: Começos Inesquecíveis	24 de jun de 2015	32.013	165

watch?v=HUTPnPLMh9Y				
https://www.youtube.com/watch?v=AVDyLlOJUiw	Mini Vlog #4: Tati, você vai ler Divergente?	23 de jun de 2015	12.921	109
https://www.youtube.com/watch?v=y1_4eiCN0vA	[FUVEST #5] Memórias de um Sargento de Milícias (Manuel Antônio de Almeida) [incrível e divertidíssimo / foi escrito na época do romantismo, mas tem um pezinho no realismo / Leonardo, o primeiro grande malandro da literatura brasileira / romance de costume]	21 de jun de 2015	31.478	80
https://www.youtube.com/watch?v=kbAhPICNV4U	Lendo Proust #35: Senhor Proust (Celeste Albaret) - término da leitura [obra escrita pela última governanta do Proust / a figura do Proust está muito idealizada / mais um livro que eu abracei e chorei no final / Proust morreu em decorrência de uma pneumonia / me deixou mal quando terminei esse livro, chorei pra caramba, tava no ônibus mas tudo bem]	19 de jun de 2015	5.962	24
https://www.youtube.com/watch?v=YWd-67pkWM8	Mini Vlog #3: Muitos questionamentos... [Tati reflete sobre A Montanha mágica, de Thomas Mann / q diabos a editora Nova Fronteira [...] não traduziu a parte francesa. Pode ter sido uma imposição do autor .../ Consideração do livro o jogo da amarelinha, de Julio Cortázar: duas formas de ler]	18 de jun de 2015	11.876	43
https://www.youtube.com/watch?v=tn4Daktdaaw	Você Escolhe #24 + O que eu estou lendo [quase esqueci o vc escolhe, e vcs não me lembraram.../ indicação do livro e do canal da Patrícia Pirola 1) Living History (Hillary Clinton) 2) Os cavalinhos deplatiplanto (José J. Veiga) 3) A vida e as opiniões do cavalheiro Tristram Shandy (Laurence Sterne) 4) Noite infeliz (Seth Graham Smith) 5) O Ateneu (Raul Pompeia)]	17 de jun de 2015	12.743	1.445
https://www.youtube.com/watch?v=TII GsVYCOOI	[FUVEST #4] Vidas Secas (Graciliano Ramos) + áudio do capítulo 9, Baleia [livro incrível mas extremamente triste / este livro faz parte do modernismo no Brasil / este livro faz denúncias > a problemática do sertão / A escrita do Graciliano Ramos é bem seca / livro desmontável:	14 de jun de 2015	37.665	137

	os capítulos são independentes e podem ser lidos de forma alternada]			
https://www.youtube.com/watch?v=ij5c_trsrMw	Lendo Proust #32 [RELOADED] [um outro autor] [não usa todo aquele rocoó que o Proust usa] [Marcel passou um tempo no sanatório]	13 de jun de 2015	3.279	11
https://www.youtube.com/watch?v=y145MinMwos	Lendo Proust #34 [Foi bem triste acompanhar essas últimas páginas / eu vou esticar essa leitura > eu não quero que acabe / preciso fazer uma errata, o Marcel não tem uma irmã > ele só tinha um irmão / Proust queria que os livros deles ultrapassassem as barreiras do tempo]	13 de jun de 2015	4.399	19
https://www.youtube.com/watch?v=Q3kPqBAcbd8	Mini Vlog #2: Diários de Leitura: Hans Castorp causando no sanatório [impressões sobre a leitura do livro A Montanha mágica, de Thomas Mann]	12 de jun de 2015	9.162	55
https://www.youtube.com/watch?v=x1ioT_X_JAU	Mini Vlog #1: Diários de leitura: Nem 30 páginas. [Tati está gravando pelo celular na sala de aula antes de os alunos chegarem / Fala sobre o romance Angélica / Comenta que retomou a leitura do livro A Montanha mágica, de Thomas Mann]	11 de jun de 2015	12.771	62
https://www.youtube.com/watch?v=Zc4OIUo43w0	Book Haul de Maio / 2015 Livros novos \o/ [presentes lindos / seguidores mandam livros e cartas, cadernetas, post-it, quadros / adoro Italo Calvino / o livro mais polêmico do ano > odeio esses blurbs / Facsimile indicou o Canal Entre Linhas: https://www.youtube.com/channel/UCOJq... e o canal da Jotaplutz / eu vi muito esse livro nos booktubes gringos / eu só começo a ler uma série se eu tenho todos os volumes / eu comprei em SP, pq eu não aguentei, o Penadinho, meu personagem preferido da Turma da Mônica junto com o seu Juca. / [livros de referência] / envio das editoras: Cosac Naify (enviou tbm uma ecobag “eu sou louca por ecobag”), Panini, / Eu comprei o livro Longe da árvore]	10 de jun de 2015	19.344	122
https://www.youtube.com/watch?v=yVJZWeowmK0	[FUVEST UNICAMP #3] Capitães da Areia (Jorge Amado)	7 de jun de 2015	41.971	301

	[Novelas da Globo inspiradas em livros como do Jorge Amado > preconceitosinho / gente, tô simplesmente apaixonada por esse livro / segunda fase do modernismo no Brasil > os autores estavam / preocupados em falar sobre a condição humana / caiu uma lagriminha no canto do ano]			
https://www.youtube.com/watch?v=LJV2u-oKh1s	Lendo Proust #33 [eu to um pouco chocada / leu uma frase do livro]	5 de jun de 2015	4.434	19
https://www.youtube.com/watch?v=ziq4jMGZSHU	Concluindo: Leituras de Maio 2015 + Play de Prata! \o/ 100k inscritos [eu não gosto muito do termo resenha, o que eu faço aqui no canal 'é compartilhar minhas impressões de leitura / play de prata pelos 100 mil inscritos / vamos continuar a ler e a incentivar as pessoas a lerem lerem coisas diferentes também]	3 de jun de 2015	15.111	223
https://www.youtube.com/watch?v=SFhCfL3mVno	Lendo Proust #36: Término da leitura de O Tempo Redescoberto [maior vergonha alheia que você lerá em um livro / ele traz uma reflexão interessante sobre a arte / vc acha que é só na sua família que seus parentes falam mal de vc?]	4 de jul de 2015	5.821	42
https://www.youtube.com/watch?v=AJTp_rDSclg	Mini Vlog #8: Maratona de Inverno? Snapchat? Hein?	3 de jul de 2015	12.450	70
https://www.youtube.com/watch?v=3xKcniRbrhc	Mini Vlog #7: Uma perguntinha... [A perguntinha é a seguinte: Vocês querem vídeo de coleção de DVDs e Blu-Rays?] Vou te falar viu kobo, sua bateria nao dura nada. [Eu detesto ler no celular. Eu conheço gente que lê no celular]	2 de jul de 2015	10.405	441
https://www.youtube.com/watch?v=S_zlMDqA-E8	Concluindo: Leituras de Junho 2015 [Pra quem não conhece a Patrícia Pirota, o canal dela é incrível, vou deixar o link lá em baixo / 9 livros lidos no mês de junho]	1 de jul de 2015	19.163	97
https://www.youtube.com/watch?v=90XPuHOAngI	Quadrinhos de Junho 2015 + SORTEIO!!! \o/ [eu venho constantemente sendo corrigida nos comentários [dizendo que mangá tbm é quadrinho], não vou colocar mais "vídeos de quadrinhos e mangás" / Tati leu 5 volumes de Once Peice /	30 de jun de 2015	19.457	204

	Indicação do Canal Pipoca & Nanquim: https://www.youtube.com/user/pipocaen...]			
https://www.youtube.com/watch?v=efEm1PbdI18	Mini vlog #6: Acho que está ventando.. [impressão sobre o livro A cidade e as Serras]	29 de jun de 2015	9.423	69
https://www.youtube.com/watch?v=QV4G5vm2c-Q	[FUVEST UNICAMP #6] Sentimento do Mundo (Carlos Drummond de Andrade) + áudio Sentimento do Mundo [incrível, incrível, incrível / para tudo e vai ler esse negócio]	28 de jun de 2015	25.140	70
https://www.youtube.com/watch?v=1B93b3290u8	Você Escolheu #24: O Ateneu (Raul Pompeia) [um dos meus livros preferidos da literatura brasileira / eu tinha, sei lá, 14 anos quando li esse livro]	26 de jun de 2015	17.730	88
https://www.youtube.com/watch?v=-cq4LymvHcY	Mini Vlog #5: A vlogger mais sem graça do mundo [Tati está em uma livraria / Eu vim buscar o livro O cortiço]	25 de jun de 2015	15.192	226
https://www.youtube.com/watch?v=HUTPnPLMh9Y	TAG: Começos Inesquecíveis	24 de jun de 2015	32.013	165
https://www.youtube.com/watch?v=AVDyLIOJUiw	Mini Vlog #4: Tati, você vai ler Divergente?	23 de jun de 2015	12.921	109
https://www.youtube.com/watch?v=y1_4eiCN0vA	[FUVEST #5] Memórias de um Sargento de Milícias (Manuel Antônio de Almeida) [incrível e divertidíssimo / foi escrito na época do romantismo, mas tem um pezinho no realismo / Leonardo, o primeiro grande malandro da literatura brasileira / romance de costume]	21 de jun de 2015	31.478	80
https://www.youtube.com/watch?v=kbAhPICNV4U	Lendo Proust #35: Senhor Proust (Celeste Albaret) - término da leitura [obra escrita pela última governanta do Proust / a figura do Proust está muito idealizada / mais um livro que eu abracei e chorei no final / Proust morreu em decorrência de uma pneumonia / me deixou mal quando terminei esse livro, chorei pra caramba, tava no ônibus mas tudo bem]	19 de jun de 2015	5.962	24

https://www.youtube.com/watch?v=YWd-67pkWM8	<p>Mini Vlog #3: Muitos questionamentos...</p> <p>[Tati reflete sobre A Montanha mágica, de Thomas Mann / q diabos a editora Nova Fronteiro [...] não traduziu a parte francesa. Pode ter sido uma imposição do autor .../ Consideração do livro o jogo da amarelinha, de Julio Cortázar: duas formas de ler]</p>	18 de jun de 2015	11.876	43
https://www.youtube.com/watch?v=tn4Daktdaaw	<p>Você Escolhe #24 + O que eu estou lendo</p> <p>[quase esqueci o vc escolhe, e vcs não me lembraram.../ indicação do livro e do canal da Patrícia Pirola</p> <p>1) Living History (Hillary Clinton) 2) Os cavalinhos deplatiplanto (José J. Veiga) 3) A vida e as opiniões do cavalheiro Tristram Shandy (Laurence Sterne) 4) Noite infeliz (Seth Graham Smith) 5) O Ateneu (Raul Pompeia)]</p>	17 de jun de 2015	12.743	1.445
https://www.youtube.com/watch?v=TII GsVYCOOI	<p>[FUVEST #4] Vidas Secas (Graciliano Ramos) + áudio do capítulo 9, Baleia</p> <p>[livro incrível mas extremamente triste / este livro faz parte do modernismo no Brasil / este livro faz denúncias > a problemática do sertão / A escrita do Graciliano Ramos é bem seca / livro desmontável: os capítulos são independentes e podem ser lidos de forma alternada]</p>	14 de jun de 2015	37.665	137
https://www.youtube.com/watch?v=ij5c_trsrMw	<p>Lendo Proust #32 [RELOADED]</p> <p>[um outro autor] [não usa todo aquele rococó que o Proust usa] [Marcel passou um tempo no sanatório]</p>	13 de jun de 2015	3.279	11
https://www.youtube.com/watch?v=y145MinMwos	<p>Lendo Proust #34</p> <p>[Foi bem triste acompanhar essas últimas páginas / eu vou esticar essa leitura > eu não quero que acabe / preciso fazer uma errata, o Marcel não tem uma irmã > ele só tinha um irmão / Proust queria que os livros deles ultrapassassem as barreiras do tempo]</p>	13 de jun de 2015	4.399	19
https://www.youtube.com/watch?v=Q3kPqBAcbd8	<p>Mini Vlog #2: Diários de Leitura: Hans Castorp causando no sanatório</p> <p>[impressões sobre a leitura do livro A Montanha mágica, de Thomas Mann]</p>	12 de jun de 2015	9.162	55
https://www.youtube.com/	<p>Mini Vlog #1: Diários de leitura: Nem 30 páginas.</p>	11 de jun de 2015	12.771	62

watch?v=x1ioT_X_JAU	Tati está gravando pelo celular na sala de aula antes de os alunos chegarem. Fala sobre o romance Angélica Comenta que retomou a leitura do livro A Montanha mágica, de Thomas Mann			
https://www.youtube.com/watch?v=Zc4OIUo43w0	Book Haul de Maio / 2015 Livros novos \o/ [presentes lindos / seguidores mandam livros e cartas, cadernetas, post-it, quadros / adoro Ítalo Calvino / o livro mais polêmico do ano > odeio esses blurbs / Facsimile indicou o Canal Entre Linhas: https://www.youtube.com/channel/UCOJq... e o canal da Jotaplutz / eu vi muito esse livro nos booktubes gringos / eu só começo a ler uma série se eu tenho todos os volumes / eu comprei em SP, pq eu não aguentei, o Penadinho, meu personagem preferido da Turma da Mônica junto com o seu Juca. / [livros de referência] / envio das editoras: Cosac Naify (enviou tbm uma ecobag “eu sou louca por ecobag”), Panini, / Eu comprei o livro Longe da árvore]	10 de jun de 2015	19.344	122
https://www.youtube.com/watch?v=yVJZWeowmK0	[FUVEST UNICAMP #3] Capitães da Areia (Jorge Amado) [Novelas da Globo inspiradas em livros como do Jorge Amado > preconceitosinho / gente, tô simplesmente apaixonada por esse livro / segunda fase do modernismo no Brasil > os autores estavam / preocupados em falar sobre a condição humana / caiu uma lagriminha no canto do ano]	7 de jun de 2015	41.971	301
https://www.youtube.com/watch?v=LJV2u-oKh1s	Lendo Proust #33 [eu to um pouco chocada / leu uma frase do livro]	5 de jun de 2015	4.434	19
https://www.youtube.com/watch?v=ziq4jMGZSHU	Concluindo: Leituras de Maio 2015 + Play de Prata! \o/ 100k inscritos [eu não gosto muito do termo resenha, o que eu faço aqui no canal ‘é compartilhar minhas impressões de leitura / play de prata pelos 100 mil inscritos / vamos continuar a ler e a incentivar as pessoas a lerem coisas diferentes também]	3 de jun de 2015	15.111	223



APÊNDICE C – TABELA VÍDEOS EDUARDO CILTO

URL	Título do vídeo	Data	Views	Comentários
https://www.youtube.com/watch?v=vAAGLZE_00U	JÁ BEIJAMOS INSCRITOS? - Eu Nunca. (feat. OhWassupJu & Cabeça de Tinta)	30 de mai de 2016	56.428	520
https://www.youtube.com/watch?v=9Yd_9fSasTM	FILMES E LIVROS C/ TEMÁTICA GAY	23 de mai de 2016	51.025	709
https://www.youtube.com/watch?v=GV Pf5nxhtPU	DESAFIO DAS SÉRIES (ft. Minha irmã)	16 de mai de 2016	57.504	490
https://www.youtube.com/watch?v=mitOwyB0514	DAMA DA MEIA NOITE [Cassandra Clare]	12 de mai de 2016	22.283	327
https://www.youtube.com/watch?v=6IcDsnkdsic	RECEBIDOS DOS ÚLTIMOS MESES! [Capa linda] [cheiro de livro] [capa maravilhosa]	9 de mai de 2016	33.215	592
https://www.youtube.com/watch?v=sL4-dg3rYts	DETONANDO LIVROS DE YOUTUBERS	5 de mai de 2016	253.530	1.578
https://www.youtube.com/watch?v=6yhWuLEvSco	AS MELHORES SÉRIES DE TODOS OS TEMPOS!	2 de mai de 2016	67.068	1.588
https://www.youtube.com/watch?v=OZN0MmnKHgc	ANIMAIS FANTÁSTICOS E ONDE HABITAM - REAÇÃO E COMENTÁRIOS	14 de abr de 2016	23.292	293
https://www.youtube.com/watch?v=ppqJzoYHLGI	COMO SER DIVERGENTE?	11 de abr de 2016	28.342	414
https://www.youtube.com/watch?v=0WxhMM2n7aU	SHADOWHUNTERS RENOVADA, FIM DE PRETTY LITTLE LIARS e mais.	18 de mar de 2016	50.595	619

https://www.youtube.com/watch?v=4IbdIvCEQuc	A SEREIA	14 de mar de 2016	41.915	451
https://www.youtube.com/watch?v=76lsEv1JNm4	QUAL LIVRO COMBINA COM CADA SIGNO?	7 de mar de 2016	97.625	1.994
https://www.youtube.com/watch?v=7rZB1FEWxCw	O QUE EU MUDARIA NOS LIVROS?? [TAG]	23 de fev de 2016	37.883	954
https://www.youtube.com/watch?v=FScph720nC4	LANÇAMENTOS MAIS ESPERADOS DE JANEIRO E FEVEREIRO	15 de fev de 2016	40.621	743
https://www.youtube.com/watch?v=tdZZhSE5ScI	TUTORIAL DE FANTASIA DE LIVROS (QUE DEU ERRADO)	8 de fev de 2016	66.403	1450
https://www.youtube.com/watch?v=mHC26BoPdVc	QUAL É A SUA CASA EM HOGWARTS?	3 de fev de 2016	51.121	1259
https://www.youtube.com/watch?v=cAvB9uq1Bts	POR QUE O CANAL MUDOU DE NOME? #ASKEDUCILTO	25 de jan de 2016	47.741	716
https://www.youtube.com/watch?v=bEJTTnb60-U	FILMES MAIS ESPERADOS DE 2016	7 de jan de 2016	55.554	922
https://www.youtube.com/watch?v=FMZktH69qvQ	MUDANÇAS [Vídeo confessional]	4 de jan de 2016	39.064	682
https://www.youtube.com/watch?v=WF5kh9GJCZU	TODOS OS LIVROS QUE LI EM 2015	2 de jan de 2016	55.646	515
https://www.youtube.com/watch?v=muGCW49EMOE	LIVROS QUE RECEBI EM DEZEMBRO! [eu queria casar com essas capas]	22 de dez de 2015	40.999	599

https://www.youtube.com/watch?v=kh3jwvrJWko	LIVROS PARA SE APAIXONAR	18 de dez de 2015	74.417	652
https://www.youtube.com/watch?v=Z9c7TbnN6pk	LIVROS QUE RECEBI EM NOVEMBRO! [olha essa edição, é capa dura - Drácula da Zahar]	30 de nov de 2015	45.756	653
https://www.youtube.com/watch?v=0t_flf4VaKY	SÉRIES QUE FORAM BASEADAS EM LIVROS	2 de nov de 2015	69.827	629
https://www.youtube.com/watch?v=FGgQw1VVXgo	OITAVO HARRY POTTER? [conversa sobre a história e a peça]	28 de out de 2015	34.689	275
https://www.youtube.com/watch?v=IvoWVVhwbOI	“"GALE OU PEETA?" - JOGOS VORAZES TAG [Parceria com o MegaPix]	26 de out de 2015	54.316	712
https://www.youtube.com/watch?v=shiuA8bYJwc	LIVROS PARA LER NO DIA DAS BRUXAS! [eu não gostei dessa narrativa, não consegui me conectar mas outra pessoa pode gostar]	24 de out de 2015	34.367	407
https://www.youtube.com/watch?v=Nnk38qV4BrY	NOVO CREPÚSCULO E NOVA SÉRIE DO RIORDAN! - Primeiras Impressões. [Gender swap]	15 de out de 2015	48.030	555
https://www.youtube.com/watch?v=UKkacGGejH4	MAGNUS CHASE E A ESPADA DO VERÃO	11 de out de 2015	37.335	369
https://www.youtube.com/watch?v=u3zAYrdKD_U	LIVROS QUE RECEBI EM SETEMBRO [certificado de trouxa presente de seguidor]	7 de out de 2015	34.181	215
https://www.youtube.com/watch?v=VFWvUDtkq4Y	5 SÉRIES PARA FICAR VICIADO	2 de out de 2015	169.626	1005
https://www.youtube.com/watch?v=sZKI9U1ecFI	CAPAS MAIS FEIAS DA MINHA ESTANTE [capa Google > é muito Google isso querendo ou não, a capa no final acaba sendo sim muito importante para a venda do livro porque assim, pelo menos eu reparo na edição, no capricho que a	28 de set de 2015	61.899	306

	editora tem na hora de dar acabamento no livro]			
https://www.youtube.com/watch?v=MlAcHvbq0O0	LIVROS QUE RECEBI EM AGOSTO [livros presenteados pelo booktuber Murilo e pelo booktuber Pedro (canal Canetando), livros de presente de seguidoras]	16 de set de 2015	39.690	338
https://www.youtube.com/watch?v=PNgYK99Q4XU	ENTREVISTA KAYA SCODELARIO & GIANCARLO ESPOSITO - PROVA DE FOGO	8 de set de 2015	56.677	461
https://www.youtube.com/watch?v=8W8oDtxFKRM	SELVA DE GAFANHOTOS [eita Giovana]	17 de ago de 2015	27.140	294
https://www.youtube.com/watch?v=NiBVJJFTK7Y	LANÇAMENTOS DE AGOSTO [cinco livros que ele mais gostou e que acha que os seguidores irão gostar se vc não conhece essas autoras é melhor se atualizar no nosso mercado editorial brasileiro]	13 de ago de 2015	28.495	256
https://www.youtube.com/watch?v=x-ImCfz92Pg	TAG MEIOS EXTRAORDINÁRIOS [deixou o vídeo indisponível]	10 de ago de 2015	29.067	221
https://www.youtube.com/watch?v=cbWkMlwTdpk	CAPAS MAIS BONITAS DA MINHA ESTANTE [Peter Pan, Por lugares incríveis, De volta aos Quinze, A Herdeira (mostra o making off da capa do livro), Naomi e Ely beija livro Amo coisa Tumblr a capa é mto importante]	3 de ago de 2015	80.880	467
https://www.youtube.com/watch?v=9loDFN21cp4	KINDLE UNLIMITED + CONCURSO [deixou o vídeo indisponível]	1 de ago de 2015	18.393	201
https://www.youtube.com/watch?v=3U43ucOqxRQ	RECEBIDOS DO MÊS DE JULHO [to bem ansioso pra ler textura do livro > ela é gostosa de pegar > beija livro A Zahar tá me mandando essas coisas lindas > capa dura]	22 de jul de 2015	45.677	282
https://www.youtube.com/watch?v=tjWnsiSefCU	A HERDEIRA [de onde saiu tanta gente falando sobre este livro? Spoiler]	8 de jul de 2015	71.491	751
https://www.youtube.com/watch?v=0IltbEaTXJI	CONHECENDO JOHN GREEN NO RIO 1 @JohnGreen	5 de jul de 2015	83.717	694
https://www.youtube.com/watch?v=0IltbEaTXJI	TBR MARATONA LITERÁRIA DE INVERNO	3 de jul de 2015	31.438	198

youtube.com/watch?v=A5wh5ifxviI	2015 [deixou o vídeo indisponível]	2015		
https://www.youtube.com/watch?v=EHL9SCo-1Jw	CIDADES DE PAPEL [crush nosso amado John Green é livro sobre fechamento de um ciclo]	29 de jun de 2015	66.689	427
https://www.youtube.com/watch?v=5M9nWIF_64Q	SHIPPO OU MATO?? [tag]	23 de jun de 2015	78.849	461
https://www.youtube.com/watch?v=BgOhILDhHgk	PETER PAN [fala sobre kindleunlimith]	19 de jun de 2015	23.027	97
https://www.youtube.com/watch?v=-00XAOSJzEM	POR QUE AMAMOS LER? - (ft Inscritos)	17 de jun de 2015	28.607	236
https://www.youtube.com/watch?v=SCmzXmealkc	OBCECADO POR TURMA DA MÔNICA JOVEM	15 de jun de 2015	30.041	411
https://www.youtube.com/watch?v=bOdsyHq43KU	TEASER TRAILER A ESPERANÇA - O FINAL / REAÇÃO E COMENTÁRIOS	11 de jun de 2015	31.059	213
https://www.youtube.com/watch?v=Za-BxIPmjIg	5 LIVROS PARA O DIA DOS NAMORADOS [crush dica de livros para os namorados tenha cuidado quando for presentear a pessoa com um livro]	10 de jun de 2015	29.715	118
https://www.youtube.com/watch?v=dy05McM_SMc	NOVIDADES QUE RECEBI EM MAIO [Book Haul / capa dura / beija o livro / mercha Amazon > enviou um kindle > fala sobre o kindle unlimited “não me matem, não me julguem” eu amo Lemony Snicket Eu amo música olha que capa linda Zahar enviou livros uma seguidora enviou um livro de sua autoria]	1 de jun de 2015	30.394	383



APÊNDICE D – TABELA VÍDEOS VICTOR ALMEIDA

URL	Título do vídeo	Data	Views	Comentários
https://www.youtube.com/watch?v=PkkvAvyrQ-0	Minhas Últimas Leituras Geek Freak [eu li isso aqui com buddy read] [zona de conforto] [eu li rápido, ae acabou, ae eu fiquei triste]	27 de mai de 2016	16.738	251
https://www.youtube.com/watch?v=r1m9cSdpzpQ	TOMEI MINHA DECISÃO: Um Desabafo Geek Freak (VEDA #30)	29 de abr de 2016	20.294	693
https://www.youtube.com/watch?v=_rBF6NGDezA	Meus Livros Nacionais Favoritos Geek Freak (VEDA #29) [não presta atenção se o livro é estrangeiro ou não]	29 de abr de 2016	12.244	115
https://www.youtube.com/watch?v=2CroMzJ-fcs	Livros Que Li Mais Rápido Geek Freak (VEDA #28) [YA contemporâneo] [meu coração ficava batendo forte]	28 de abr de 2016	14.682	113
https://www.youtube.com/watch?v=yM1f35HXWJg	TAG Espectatube Geek Freak (VEDA #27)	27 de abr de 2016	8.200	41
https://www.youtube.com/watch?v=iJ_cZpiBKh0	O Deserto dos Meus Olhos (SEM SPOILERS) Geek Freak (VEDA #26)	26 de abr de 2016	5.733	30
https://www.youtube.com/watch?v=3aVPGykfBlw	Livros que li por causa do Booktube Geek Freak (VEDA #25) [super hypado] [não é possível que esse livro foi tão hypado, teve um imenso plot twist] [na época fizemos um hangout] [ler para se enturmar]	25 de abr de 2016	11.656	224
https://www.youtube.com/watch?v=JZCdqN5w3oo	10 Capas Bonitas na Estante Geek Freak (VEDA #24) [coloquei nos desejados no Skoob] [Golen e o gênio: a capa mais linda] [vontade de pegar o livro e lamber]	24 de abr de 2016	14.801	116
https://www.youtube.com/watch?v=txJIIOPurmc	Wishlist de Lançamentos: Abril 2016 Geek Freak (VEDA #23) [Skoob] [zona de conforto] [muitas pessoas la fora]	23 de abr de 2016	11.788	96
https://www.youtube.com/watch?v=9-	Livros Que Prometo Desencalhar: 2016 Geek Freak (VEDA #22) [meu pai disse pra eu ler O Inferno de Dan Bronw]	22 de abr de 2016	11.508	225

9spA7gMvw				
https://www.youtube.com/watch?v=uKer3mQH5Q	GEEK FREAK RESPONDE #3 VEDA #21 [funko] [presente de quadro de coco]	21 de abr de 2016	7.591	95
https://www.youtube.com/watch?v=UGbBDstVcFY	JOGO DO EU NUNCA (feat. Jullis) Geek Freak (VEDA #20) [feat]	20 de abr de 2016	8.618	91
https://www.youtube.com/watch?v=95mNSaESTWI	Vilões Mal Compreendidos nos Livros Geek Freak (VEDA #19)	19 de abr de 2016	10.006	119
https://www.youtube.com/watch?v=6qD7oMGHtEI	Maratona Literária VEDATONA Apresentação + TBR (VEDA #18) [explicação do que é sprint no Twitter]	18 de abr de 2016	12.338	155
https://www.youtube.com/watch?v=ripKIZONaOM	Faça Amor, Não Faça Jogo Geek Freak (VEDA #17) [zona de conforto] [conversa com o autor] [quem me segue nas redes sociais]	17 de abr de 2016	6.123	55
https://www.youtube.com/watch?v=L0Cgn-mngoQ	Músicas Em Que Estou Viciado Geek Freak (VEDA #16)	16 de abr de 2016	10.339	187
https://www.youtube.com/watch?v=c61C8d27AJw	Victor Recomenda: Trilogias e Séries Geek Freak (VEDA #15) [eu sou apaixonado, eu comprei todos os livros lançados sobre O Aprendiz] [pica das galáxias]	15 de abr de 2016	13.810	175
https://www.youtube.com/watch?v=uWs1KK9O2fg	GEEK FREAK RESPONDE #2 VEDA #14 [perguntas feitas no Instagram]	14 de abr de 2016	9.076	110
https://www.youtube.com/watch?v=dIToxhWa3jk	20 Resenhas em 2 Minutos Geek Freak (VEDA #13) [Gabriel, maremoto TV] [Paulo, Maíra, Victor] [resuma o livro numa frase] [clica no joinha pra ajudar o canal]	13 de abr de 2016	11.592	267
https://www.youtube.com/watch?v=KuvnaKLC8j0	TAG Totalmente Desnecessário Geek Freak (VEDA #12) [Mayra traduziu a TAG] [treta nos comentários sobre a rainha do Booktube] [cliffhanger] [o que é hype] [as pessoas sentem prazer em comparar livros / parem de comparar livros] [plot twist] [livro desperdiçado pq tem uma capa maravilhosa]	12 de abr de 2016	14.169	183

	[tagueou Wesley, Michas Borges, Kabuk TV]			
https://www.youtube.com/watch?v=DrFCWOH168E	Livros que queria ter lido mais jovem Geek Freak (VEDA #11)	11 de abr de 2016	11.630	54
https://www.youtube.com/watch?v=EdLmwDAX6ac	2 Verdades 1 Mentira (feat. Wesley) Geek Freak (VEDA #10) [feat]	10 de abr de 2016	7.656	58
https://www.youtube.com/watch?v=C1NZqzzniR8	Harry Potter do Pior ao Melhor Geek Freak (VEDA #9) [vamos combinar que é a minha opinião. Então se me ataca eu vou ataca] [livros que eu amo do começo ao fim] [reliquias da morte foi o único que eu li apenas uma vez] [eu amo de paixão] [ai meu coração] [não tem como não se apaixonar] [meu livro tá todo cagado, tá uma bosta mas eu amo]	9 de abr de 2016	10.860	222
https://www.youtube.com/watch?v=0sXa14tkuVk	Victor Recomenda: Crianças Protagonistas Geek Freak (VEDA #8) [livro autografado, chora inimigas] [amo esse livro de paixão] [eu amo] [livro quarto: meu coração despedaçado no chão]	8 de abr de 2016	9.166	117
https://www.youtube.com/watch?v=-RHcfKu3lBg	GEEK FREAK RESPONDE VEDA #7 [perguntas pelo Instagram] [lê entre 70 e 75 por ano, mas tenho uma meta de 100]	7 de abr de 2016	10.592	83
https://www.youtube.com/watch?v=D1h995_r8K4	Vale a pena ler OUTRO DIA? (Sem Spoilers) Geek Freak (VEDA #6) [leitura em Buddy read com Wesley do café com aroma de livros] [cliffhanger]	6 de abr de 2016	7.379	48
https://www.youtube.com/watch?v=oGPFenMPjA	TAG Livros Não Lidos Geek Freak (VEDA #5) [foi tagueado pela Gleice Coito] [livro comprado por impulso capa bonita] [ganhou livro e um marcador] [se arrependeu de ter comprado] [Cristine] [livro hypado] [quantidade de livros não lidos na estante]	5 de abr de 2016	14.443	122
https://www.youtube.com/watch?v=BZpypkcR8D4	Livros Que Me Deixaram de Ressaca Geek Freak (VEDA #4) [TBR atrasada] [buddy read] [hypado] [zona de conforto] [a leitura engata] [o sorriso da hiena > thriller]	4 de abr de 2016	16.799	170
https://www.youtube.com/watch?v=429IUrGGTys	Leituras de Fevereiro Geek Freak (VEDA #3) [flop] [releitura] [spoiler] [livros de road trip] [ele me apaixonou 100%] [quando o livro acabou eu chorei pq o livro acabou]	3 de abr de 2016	14.185	131

https://www.youtube.com/watch?v=fKEQCe9IPg4	Book Haul de Março Geek Freak (VEDA #2) [merchandising de Loja TSC Brasil Funkos https://www.facebook.com/lojatsc e os freakes ganham 5 por cento de desconto] [ganhou um kindle da Amazon] [livros trocados no Skoob] [livro enviado pelo autor] [eu estou apaixonado por esse livro]	2 de abr de 2016	15.951	89
https://www.youtube.com/watch?v=jefTGyjQSvo	ADIVINHA QUEM VOLTOU? Geek Freak (VEDA #1)	31 de mar de 2016	10.641	121
https://www.youtube.com/watch?v=xONL7OIftZ94	Portadores de Sonhos Especial 50k 「Mini-Filme	2 de mar de 2016	11.125	380
https://www.youtube.com/watch?v=Mnmycvr_qQI	Book Haul de Fevereiro Geek Freak [comprou livro que já tinha lido] [troca pelo Twitter e pelo Skoob] [Saraiva com promoção] [quem em companhia sabe que eu sou completamente apaixonado por essa trilogia > Mundo em Caos]	1 de mar de 2016	20.172	244
https://www.youtube.com/watch?v=EJDX4g5_uDA	TENHO MATURIDADE PRA LER? Geek Freak [comentário hostil no Skoob] [não tem sentimento de culpa em abandonar livros que não está gostando] [a gente evolui como leitor pela prática] [agressão dos fandoms, medo dos fãs] [Victor Martins teve que excluir o vídeo de A Herdeira por conta das ameaças] [vc não entendeu essa obra]	25 de fev de 2016	15.155	393
https://www.youtube.com/watch?v=aWPftv3nDKs	Leituras de Janeiro Geek Freak [ressaca literária] [buddy read de Filho Dourado com o Paulo, a Mayra e a Angélica, esse livro é lafre]	16 de fev de 2016	16.983	168
https://www.youtube.com/watch?v=Tn_WO1MpVZ4	LENDO LIVROS ERÓTICOS (feat. Carone e Bassoli) Geek Freak [feat]	12 de fev de 2016	19.683	363
https://www.youtube.com/watch?v=d_QeT0h6e1s	BOOK HAUL ACUMULADO Geek Freak [hype lá fora]	2 de fev de 2016	31.073	421
https://www.youtube.com/watch?v=0pPDr8wgvdk	FEVEREIRO REREADS: TBR Geek Freak [projeto de releituras]	26 de jan de 2016	15.757	153
https://www.youtube.com/watch?v=1i7	Respondendo Testes da Capricho (feat. Paulo Ratz) Geek Freak [feat]	22 de jan de 2016	13.731	131

HnMBuFLU				
https://www.youtube.com/watch?v=EjTBXc6OMlo	Leituras de Dezembro Geek Freak [gostaria de me desculpar com vcs] [eu amo esse livro] [O senhor das moscas: ai que inferno]	19 de jan de 2016	16.898	197
https://www.youtube.com/watch?v=C7bIOk0NXTQ	Um Ano em Livros 2015 Geek Freak	16 de jan de 2016	14.879	154
https://www.youtube.com/watch?v=mWtkiLZaSGQ	UMA HISTÓRIA MAIS COLORIDA Geek Freak [#VidaColoridaSTABILO]	13 de jan de 2016	13.817	486
https://www.youtube.com/watch?v=7o9zwhC6en8	Os 15 Melhores Livros de 2015 Geek Freak	5 de jan de 2016	22.417	233
https://www.youtube.com/watch?v=C4bmh3cJJo8	TAG 7 Livros, 7 Sentimentos Geek Freak [plot twist > cliffhanger]	25 de dez de 2015	18.052	199
https://www.youtube.com/watch?v=_ncjAOLUQsk	DECEPÇÕES LITERÁRIAS DE 2015 Geek Freak	22 de dez de 2015	27.938	292
https://www.youtube.com/watch?v=Sl9JaoPPAE	LIVROS QUE ME SURPREENDERAM EM 2015 Geek Freak	18 de dez de 2015	26.024	176
https://www.youtube.com/watch?v=NL46dl_RVyY	4º Encontro de Booktubers para Inscritos SP (+ sobre RJ e Santos)	15 de dez de 2015	6.468	149
https://www.youtube.com/watch?v=ZIkNICpt17s	Leituras de Novembro Geek Freak	11 de dez de 2015	17.464	109
https://www.youtube.com/watch?v=PT4sfDyeQSs	5 MOTIVOS PARA LER: O Sorriso da Hiena Sem Spoilers [vou tentar convencer vcs a ler isso aqui imediatamente] [leitura agradável, eu voei na história] [achei que ia ter um infarto no meio dessa leitura] [plot twist] [leiam isso aqui, pelo amor de deus] [publicação	8 de dez de 2015	12.837	165

	independente] [o autor enviou o livro pro booktuber]			
https://www.youtube.com/watch?v=tsp_U9-aqOc	Book Haul da Black Friday Geek Freak [nota alta no Skoob]	3 de dez de 2015	28.131	239
https://www.youtube.com/watch?v=fbwa9_8Mr2k	ENROLEI O ANO TODO E NÃO LI Geek Freak [o problema da TBR] [eu comecei a ler quando eu tava na vibe fantasia] [enfrentar uma história lenta]	1 de dez de 2015	20.600	276
https://www.youtube.com/watch?v=kJzHaPfjzhA	Livros Que Me Marcaram Geek Freak [a história como leitor do Victor] [a mãe deu o livro Meu pé de laranja lima] [imersão no mundo do Harry Potter] [esse garoto só gosta de distopia] [A. S. King, autora preferida]	27 de nov de 2015	24.220	320
https://www.youtube.com/watch?v=N9g10zZwp50	PERGUNTAS & RESPOSTAS com Vitor Martins Geek Freak	17 de nov de 2015	15.190	164
https://www.youtube.com/watch?v=oo2OoKraghI	Desafio Desenhando Capas (feat. Bruna) Book Pictionary [Luan entrou no meio do vídeo] [feat]	13 de nov de 2015	15.750	159
https://www.youtube.com/watch?v=N34QrksheX0	Leituras de Outubro Geek Freak [parceria entre o Skoob e o Chico Rei] [livro Sobre a escrita, cheia de post-it] [Golen e o Gênio qdo vc vê esse livro tá fazendo creu] [leu em audiobook e no ebook] [psicose: leitura do clubinho do Vitor Martins]	10 de nov de 2015	16.259	163
https://www.youtube.com/watch?v=UkI-WPhVK7E	Maratona Literária 24 Horas #REVEZATONA Apresentação + TBR [explicação do que é sprint no Twitter]	6 de nov de 2015	14.090	123
https://www.youtube.com/watch?v=s0YfTk7w67o	Book Haul de Outubro Geek Freak [cartas de seguidores]	4 de nov de 2015	18.651	195
https://www.youtube.com/watch?v=_wW_Z1ScBfk	Adivinhe a Música (feat. Gleice) Song Challenge	2 de nov de 2015	12.867	135
https://www.youtube.com/watch?v=5ZuHUmkw8KI	TAG 7 COISAS Geek Freak [vídeo confessional]	27 de out de 2015	14.618	239

https://www.youtube.com/watch?v=wj7SMQMrLNE	Livros Que Eu Abandonei Geek Freak [abandonos polêmicos > aceita que dói menos] [to com medo de mostrar esse aqui / A rainha vermelha: bafafa no Skoob / me perdoe Vitor]	23 de out de 2015	30.986	582
https://www.youtube.com/watch?v=gjbVprm3xIs	Geek Freak Trailer do Canal	23 de out de 2015	28.958	220
https://www.youtube.com/watch?v=7YLWYq4csEo	Meu Caderno de Organização de Leituras Geek Freak [falou de dois canais]	20 de out de 2015	22.778	304
https://www.youtube.com/watch?v=NnD_Obv_wxY	Book Haul de Agosto e Setembro PARTE 2: LIVROS! [livro do trouxa viajante]	16 de out de 2015	18.580	198
https://www.youtube.com/watch?v=NppYr18yFjk	Book Haul de Agosto e Setembro PARTE 1: Presentes e Caixa Postal [dias e horários fixos para os vídeos / cartinhas / print de desenho de seguidor] [A editora Valentina stalkeou o Vitor no Skoob pra saber quais livros da editora ele queria ler]	13 de out de 2015	17.237	213
https://www.youtube.com/watch?v=iK24VrB24AE	O que eu não gostei em ARMADA Discussão (SEM SPOILERS) [entretém mas não faz a cabeça explodir] [as pessoas ficaram chocados pq o Victor deu uma nota baixa para o livro no Skoob]	12 de out de 2015	8.659	150
https://www.youtube.com/watch?v=YgLVMhOgIJY	COMO ASSIM VOCÊ NÃO GOSTOU? Discussão (feat. Tati, May e Geli) [feat]	9 de out de 2015	19.470	163
https://www.youtube.com/watch?v=qvNtJihMUBA	Leituras de Agosto e Setembro Geek Freak [ressaca literária] [clubinho do Vitor Martins] [road trip] [5 estrelas favoritado] [ouviu um audiobook > identificação com a Geek] [quando eu terminei a leitura eu queria socar a cara do autor, mas quando eu entendi a cabeça explodiu] [o livro me cativou] [leu Quarto depois de ver o trailer do filme]	6 de out de 2015	14.975	237
https://www.youtube.com/watch?v=8IidmDsErzQ	O FINAL Desafio #TheGameDarkSide	5 de out de 2015	4.347	27
https://www.youtube.com/watch?v=pVm3CNf07-c	MEDO DE POSTAR VÍDEOS? Discussão (feat. Ale)	1 de out de 2015	9.420	222

	[PESSOAS NEURÓTICAS feat. Victor ALEATORIOUS https://www.youtube.com/watch?v=w1N1Kllp2oc&feature=youtu.be]			
https://www.youtube.com/watch?v=16Kd49wI5lg	Book Haul : Bienal do Livro Rio 2015 Geek Freak [deu a ecobag da Darkside para uma amiga que ama a editora] [completando a coleção do Livro Caça Feitiços] [presente de inscritos] [se você gostou desse você vai gostar daquele] [esse livro sempre me interessou porque essa capa é linda]	26 de set de 2015	51.851	528
https://www.youtube.com/watch?v=noMuMdHU118	Bienal do Livro Rio 2015: DOCUMENTÁRIO Geek Freak	21 de set de 2015	19.316	627
https://www.youtube.com/watch?v=t84RrG-Zjvk	UNBOXING Nerd ao Cubo #3: Agosto Geek Freak	27 de ago de 2015	14.743	170
https://www.youtube.com/watch?v=JnwCyeWLjgU	Sobre a Bienal, o Blog e o Futuro do Canal Geek Freak	26 de ago de 2015	10.757	335
https://www.youtube.com/watch?v=C6OBHW-6sN0	O Que Você Prefere? (feat. Nath) Geek Freak [feat]	24 de ago de 2015	20.500	179
https://www.youtube.com/watch?v=M_Ri2oJzmNE	DESAFIO #TheGameDarkSide Apresentação	19 de ago de 2015	15.471	194
https://www.youtube.com/watch?v=SRrIIUAZle8	O CUBO MISTERIOSO #2: Unboxing N3 Julho	15 de ago de 2015	13.137	117
https://www.youtube.com/watch?v=huf_KYmJlqU	Desafio do Gemido (feat. Luan e Renan) Geek Freak [feat]	10 de ago de 2015	14.237	274
https://www.youtube.com/watch?v=CH1CCnQd-z4	Book Haul de Julho Geek Freak [cartas de seguidores e presentes]	7 de ago de 2015	28.952	297
https://www.youtube.com/	TAG DOS 50% Mid-Year Book Freak Out Tag [o primeiro q traduziu a TAG de	5 de ago de 2015	20.750	218

watch?v=3gF2UoOTwk0	https://www.youtube.com/watch?v=03gz6k0IB-Y&feature=youtu.be			
https://www.youtube.com/watch?v=YY7zegrLQGY	O FIM DA MARATONA O que eu li (Update #4) [escrita engessada] [dei 5 estrelas ai como eu amo]	3 de ago de 2015	13.644	205
https://www.youtube.com/watch?v=cgFCKy_bUk0	Objetos Cortantes: Gillian Flynn Discussão (SEM SPOILERS) [leitura maravilhosa] [ela pega qualquer coisa, distorce e transforma em um troço pavoroso] [escrita e trama veloz] [consegui me conectar com as personagens, com a história]	30 de jul de 2015	10.850	156
https://www.youtube.com/watch?v=cunvZUX2-1w	UM UNBOXING HISTÓRICO Geek Freak	28 de jul de 2015	16.297	220
https://www.youtube.com/watch?v=BH9v8KfdGOc	TERCEIRA SEMANA Maratona Literária de Inverno 2015 [flop] [eu fiquei com o coração na mão com esse livro > Os dois mundos de A. S. King > eu amo essa mulher] [Para onde vai o amor? > leu carpinejar pq os amigos falaram bem do livro > esses textos foram escritos para mim]	27 de jul de 2015	9.720	165
https://www.youtube.com/watch?v=RWPkYwvZ70A	INTRODUÇÃO À BOOKTUBATONA #MLI2015	26 de jul de 2015	8.100	35
https://www.youtube.com/watch?v=OGA8sQrSXow	A MARATONA FOI INVADIDA! #BKTBTN [VIDEO COM UM LINK PARA A BOOKTUBATONA #MLI2015 https://www.youtube.com/watch?annotation_id=annotation_4202650519&feature=iv&src_vid=OGA8sQrSXow&v=Eorn9NmYpjI]	25 de jul de 2015	9.358	31
https://www.youtube.com/watch?v=cwzU21LvHM0	SEGUNDA SEMANA Maratona Literária de Inverno 2015 [objetos cortantes, Ela não é invisível, A casa assombrada, O universo contra Alex Woods] [flop / muitas pessoas odiando e muitas pessoas amando / spoiler]	20 de jul de 2015	11.803	217
https://www.youtube.com/watch?v=vZXrqD0KrWw	Dicas Para Novos Canais #HangoutGF (AO VIVO) [vídeo confessional]	18 de jul de 2015	10.191	3.626
https://www.youtube.com/	PRIMEIRA SEMANA Maratona Literária de Inverno 2015	13 de jul de 2015	12.236	217

watch?v=1AGy-6X2fQo	[flop / update / leitura arrastada]			
https://www.youtube.com/watch?v=hL_bvshVAdI	O que eu aprendi com o Geek Freak Especial 1 Ano [“Eu aprendi que ler aproxima as pessoas de forma assustadora. Não é só a questão de encontrar outra pessoa com um hobby em comum, é questão de você compartilhar sentimentos porque a leitura é algo muito pessoal e eu acho que quando a gente compartilha sobre ela a gente acaba compartilhando um pouco sobre a gente mesmo”.] [inscritos são mais do que números / rede de amizades, de amor, de carinho]	12 de jul de 2015	7.714	515
https://www.youtube.com/watch?v=Lw7YBLge6-E	Guia Para Leitores Iniciantes VIPS #6 [sugestões de livros pelos inscritos via Twitter]	11 de jul de 2015	47.017	334
https://www.youtube.com/watch?v=cfThU2FRJu0	COMPREI E NEM VI Meus Autores Favoritos (VIPS #5) [eu amo esse autor] [tem 3 cópias do livro preferido > YA contemporâneo e realismo mágico]	10 de jul de 2015	16.351	197
https://www.youtube.com/watch?v=MXua9ukzSGc	Indicando Canais Literários VIPS #4	9 de jul de 2015	13.612	142
https://www.youtube.com/watch?v=MD2rcMhsiOg	DEUSES EM UMA ILHA DESERTA? Resenha em Dobro (SEM SPOILERS) VIPS #3 [não consegui me conectar com os personagens] [será que estão em alagoinha = https://www.youtube.com/watch?v=NEe3uHjXkd0]	8 de jul de 2015	5.638	68
https://www.youtube.com/watch?v=kIk mZ1OgKpc	Leituras de Maio e Junho VIPS #2 [acabei me decepcionando / ritmo lento]	7 de jul de 2015	14.623	141
https://www.youtube.com/watch?v=Auk_K_NMhCg	Book Haul de Junho VIPS #1 [ostentação] [a menina submersa : estou namorando essa edição] [olha o livro, olha essa pagina, olha a contracapa] [dei um berro quando vi esse lançamento no Skoob]	6 de jul de 2015	18.224	268
https://www.youtube.com/watch?v=DXedYRyRSV0	DEU RUIM NA MARATONA e outros recados Geek Freak [mais de 5 mil pessoas inscritas / falha no sistema de atualização do Facebook] [grupo no Viber] [o que é VIP]	3 de jul de 2015	13.135	191

https://www.youtube.com/watch?v=brrvkvjsYCM	TBR Maratona Literária de Inverno 2015 [o propósito da maratona é ler mais do que vc leria normalmente]	29 de jun de 2015	24.761	292
https://www.youtube.com/watch?v=bgQuWwTcWaY	BRUXAS E EX-VAMPIRAS NA ESCOLA? Resenha em Dobro (SEM SPOILERS)	26 de jun de 2015	8.388	229
https://www.youtube.com/watch?v=F6jJqU7d7ps	O CUBO MISTERIOSO: Unboxing N3 Junho	23 de jun de 2015	14.918	294
https://www.youtube.com/watch?v=giV3fFuq0p4	Maratona Literária de Inverno 2015 Apresentação	21 de jun de 2015	32.997	500
https://www.youtube.com/watch?v=yNosLqwZB8A	O TROUXA VIAJANTE (feat. Vitor, Nath e Leo) [feat]	19 de jun de 2015	9.390	180
https://www.youtube.com/watch?v=EB4vIXvtXcI	JOÃO E MARIA EM MINECRAFT? Resenha em Dobro (SEM SPOILERS) [nota altíssima no Goodreads]	18 de jun de 2015	6.107	107
https://www.youtube.com/watch?v=15xxrQxIDJ8	SALDO DE VIAGEM Book Haul, Presentes e Outras Coisas	16 de jun de 2015	12.095	181
https://www.youtube.com/watch?v=bjMQKnUeHec	ENCONTRANDO BOOKTUBERS Um Pequeno Documentário	10 de jun de 2015	5.636	374

